

BAB V

ANALISA DATA

5. 1. Gambaran Umum Responden

Responden penelitian ini sebanyak 63 orang yang terbagi menjadi 2 kategori yaitu :

- Instansi pemerintah, Arsitektur, Penyedia jasa reklame
- Masyarakat Umum

5. 1. 1. Karakteristik Reponden

Untuk dapat mencapai tujuan dari penelitian ini yaitu melihat hubungan antara persepsi masyarakat dengan keberadaan *signage*, maka responden pada penelitian ini diambil berdasarkan karakteristik-karakteristik tertentu. Karakteristik Responden yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- Responden adalah Masyarakat Umum, Instansi pemerintah, Arsitektur, Penyedia jasa reklame.
- Responden dibesarkan dan tinggal di wilayah Kalimantan tengah.

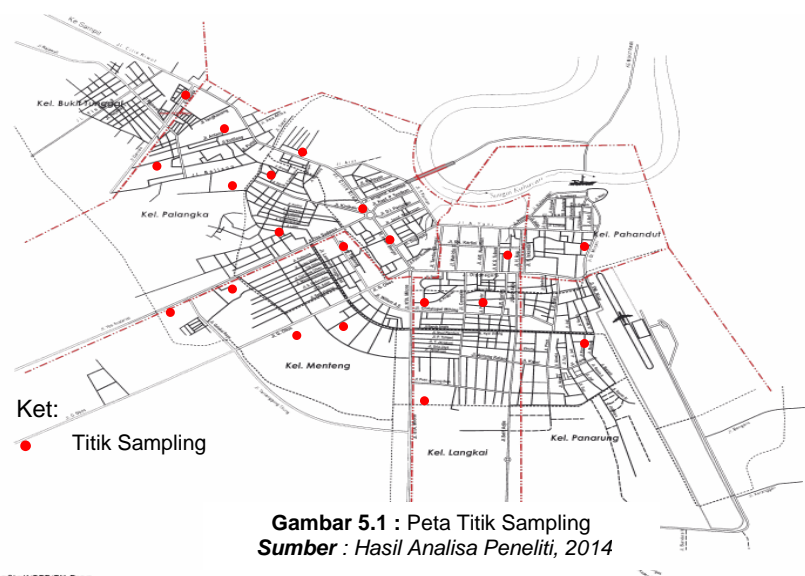
Peran yang sangat penting dalam pembentukan nilai terdapat pada masa perkembangan awal yaitu melalui orangtua, guru, teman dan lingkungan sekitarnya (Robbins, 2001). Sesuai dengan yang dikemukakan Robbins (2001), responden yang mengalami masa

perkembangan awalnya di wilayah yang mayoritas bersuku Dayak, maka diharapkan telah menginternalisasi nilai-nilai budaya Dayak. Dalam penggunaan ornamen-ornamen Dayak maupun penggunaan ciri khas warna Dayak.

- Telah berusia 18-55 tahun. Menurut Papalia (2001), pada rentang usia tersebut, manusia berada pada kondisi fisik dan intelektual yang paling baik.
- Telah tinggal di Palangka Raya minimal 5 tahun, karena dianggap telah beradaptasi dan mengenal budaya di kota Palangka Raya (Robbins, 2001).

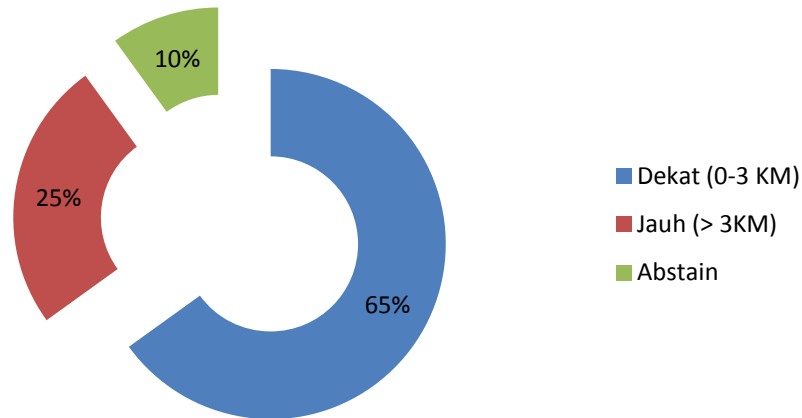
Karakteristik responden ditinjau dari kategori, yaitu berdasarkan :

1. Tempat tinggal
2. Seringnya berada dilokasi yang diteliti
3. Kelompok usia
4. Aktivitas atau pekerjaan
5. Tingkat pendidikan



Tempat tinggal :

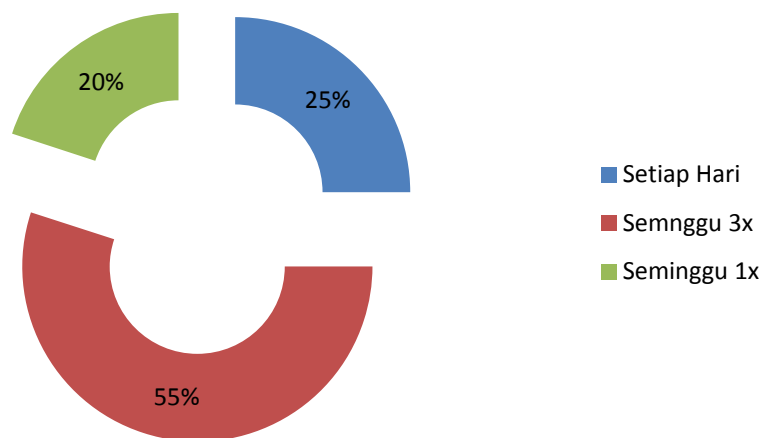
Dalam gambar 5.2 terlihat bahwa berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, untuk responden didominasi oleh yang tinggal jauh dari lokasi 39 orang (65%)



Gambar 5.2 : Diagram Jumlah Responden Menurut Tempat Tinggal
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Frekuensi Melewati Locus Objek Pengamatan :

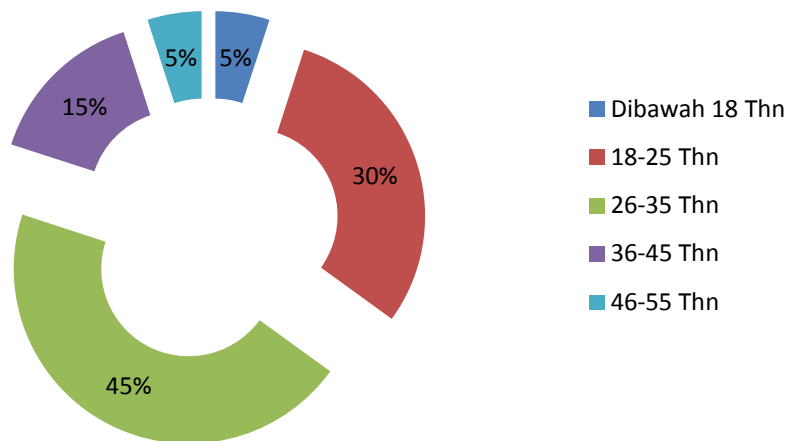
Dari gambar 5.3 bahwa responden yang seminggu tiga kali melintasi lokasi penelitian sebanyak 33 orang (55%), sedangkan responden yang melewati setiap hari sebanyak 15 orang (25%) dan sekitar seminggu satu kali sebanyak 12 orang (20%)



Gambar 5.3 : Diagram Jumlah Responden Menurut Durasi Melewati
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Kelompok Usia :

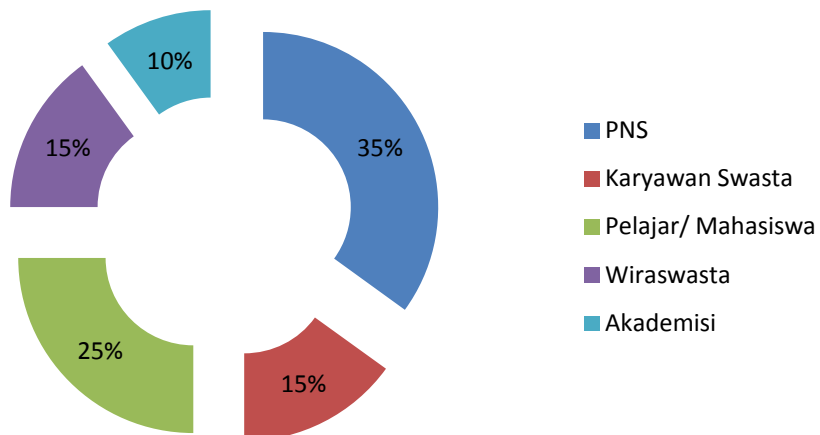
Dapat dilihat pada gambar 5.4 bahwa responden didominasi oleh masyarakat yang berumur 26-35 tahun (45%), selanjutnya yang berumur 18-25 tahun (30%), lalu umur 36-45 tahun (15), dan yang paling sedikit berturut-turut yaitu yang berumur 18 tahun dan umur 46-55 tahun



Gambar 5.4 : Diagram Jumlah Responden Menurut Kelompok Usia
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

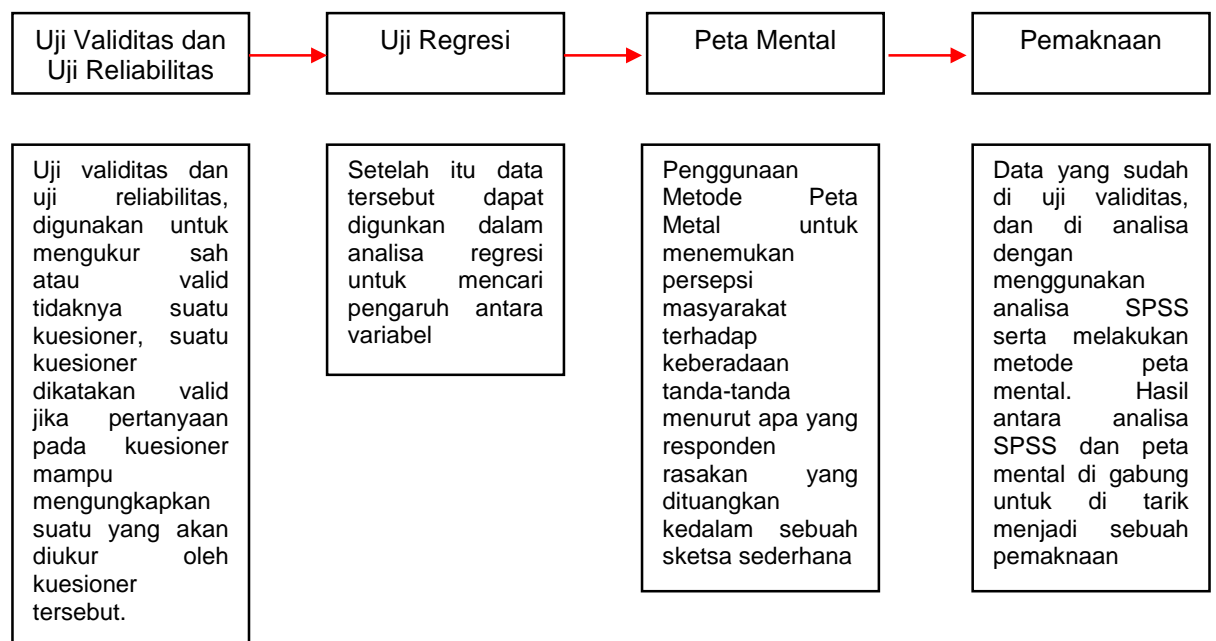
Pekerjaan :

Berdasarkan responden didominasi oleh PNS dan Pelajar/ Mahasiswa yaitu (35%) dan (25%) pada gambar 5.5, selanjutnya didominasi oleh karyawan swasta (15%) dan wiraswasta (15%) dan yang paling sedikit akademisi (10%)



Gambar 5.5 : Diagram Jumlah Responden Menurut Pekerjaan
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Proses analisa data yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap keberadaan *signage* pada jalan Tjilik Riwut. Setelah didapatkan data yang berasal dari hasil angket yang dibagikan kepada responden, maka data tersebut diolah menjadi data kuantitatif, data kuantitatif tersebut diolah dengan statistik, untuk menjawab tujuan penelitian ini, adapun langkah-langkah analisa data yang dilakukan meliputi yaitu :



Gambar 5.6 : Diagram Proses Analisa
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

5. 2. Uji Validitas

Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana-mana. Alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti (Bungin, 2005).

Dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$, $n = 60$ dan tingkat signifikansi = 95% atau $\alpha = 0,05$ maka didapat nilai r -tabel sebesar 0,254, Nilai r -tabel tersebut digunakan sebagai pembanding untuk mengetahui kevalidan butir-butir pertanyaan yang digunakan. Dasar pengujian adalah:

- $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ = data atau indikator valid (bisa digunakan)
- $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ = data atau indikator tidak valid (tidak bisa digunakan)

Tabel 5.1
Uji Validitas

| Variabel | Indikator | Item | r -hitung | r -tabel | Keterangan |
|-------------------------------|------------------|------|-------------|------------|------------|
| Keberadaan Signage | Keindahan | X1.1 | 0,780 | 0,254 | Valid |
| | | X1.2 | 0,809 | 0,254 | Valid |
| | | X1.3 | 0,568 | 0,254 | Valid |
| | | X1.4 | 0,608 | 0,254 | Valid |
| | Keselamatan | X2.1 | 0,821 | 0,254 | Valid |
| | | X2.2 | 0,884 | 0,254 | Valid |
| | Efektivitas | X3.1 | 0,789 | 0,254 | Valid |
| | | X3.2 | 0,606 | 0,254 | Valid |
| | | X3.3 | 0,764 | 0,254 | Valid |
| | | X3.4 | 0,622 | 0,254 | Valid |
| Persepsi Masyarkat | Faktor Internal | Y1.1 | 0,783 | 0,254 | Valid |
| | | Y1.2 | 0,733 | 0,254 | Valid |
| | | Y1.3 | 0,754 | 0,254 | Valid |
| | Faktor Eksternal | Y2.1 | 0,666 | 0,254 | Valid |
| | | Y2.2 | 0,843 | 0,254 | Valid |
| | | Y2.3 | 0,572 | 0,254 | Valid |

Sumber : Hasil Analisa dengan SPSS, 2014

Semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini terbukti valid karena nilai r -hitung tiap-tiap indikator lebih besar ($>$) daripada nilai r -tabel, sehingga dapat dipergunakan untuk mengetahui persepsi masyarakat

terhadap keberadaan *signage* di penggal jalan Tjilik Riwut, Palangka Raya.

5. 3. Uji Reliabilitas

Dalam melakukan pengujian reliabilitas terhadap item-item pertanyaan penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Menurut Alhusin (2003), apabila dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach*, maka nilai r-hitung diwakili oleh Alpha. Jika Reliabel bila nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

Tabel 5.2
Uji Reliabilitas

| Variabel | Indikator | Cronbach's Alpha Item | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----------------------------------|------------------|-----------------------|------------------|------------|
| Keberadaan <i>Signage</i> | Keindahan | 0,618 | 0,6 | Reliabel |
| | Keselamatan | 0,620 | 0,6 | Reliabel |
| | Efektivitas | 0,646 | 0,6 | Reliabel |
| Persepsi Masyarakat | Faktor Internal | 0,611 | 0,6 | Reliabel |
| | Faktor Eksternal | 0,634 | 0,6 | Reliabel |

Sumber : Hasil Analisa dengan SPSS, 2014

5. 4. Deskripsi Penilaian Responden

Deskripsi hasil pengolahan data statistik, dapat diketahui komposisi jawaban responden terhadap pilihan jawaban yang tersedia 5 skala yaitu

- Sangat Setuju,
- Setuju,
- Netral,
- Tidak Setuju, dan
- Sangat Tidak Setuju.

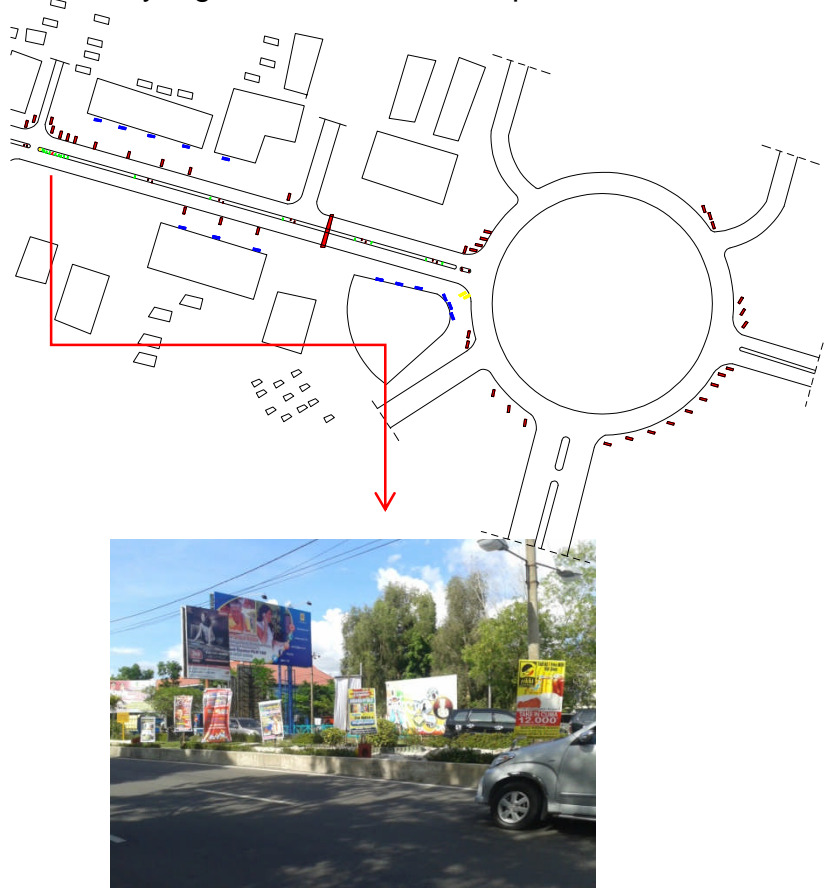
Pada masing-masing indikator pengukuran yang berupa item-item pertanyaan. Hasil pengolahan data dengan program SPSS didapatkan mean pada masing-masing butir pertanyaan yang merupakan gambaran jawaban dari responden. Nilai responden terhadap keberadaan *signage* dapat digambarkan melalui data tersebut.

5. 4. 1. Penilaian Responden Terhadap Variabel Bebas

Keberadaan *signage* adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas. Variabel keberadaan *signage* ini terdiri dari (1) Keindahan, (2) Keselamatan, dan (3) Efektivitas.

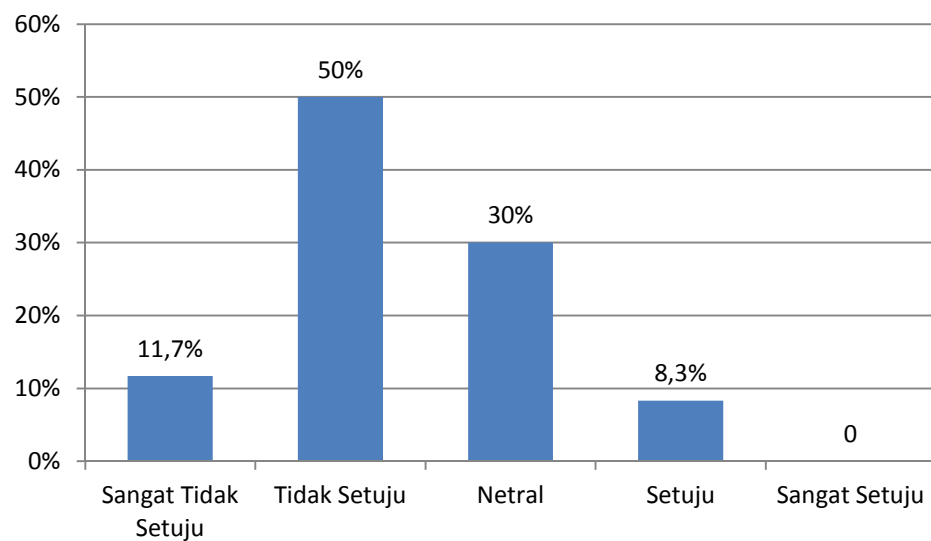
a. Keindahan

- Kehadiran media reklame pada koridor jalan Tjilik Riwut, keindahan yang ada sudah terlihat rapi.



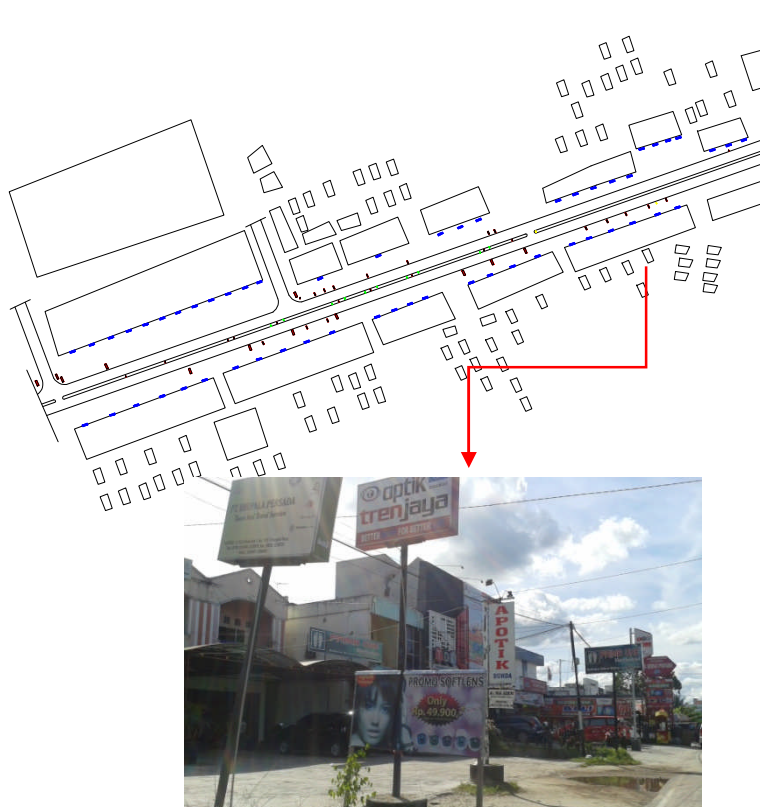
Gambar 5.7 : Keberadaan *Signage*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Kehadiran *signage* pada koridor jalan Tjilik Riwut dianggap masih belum rapi karena 30 responden (50%) dari seluruh responden menganggap tidak setuju kalau *signage* di jalan Tjilik Riwut sudah rapi. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah.



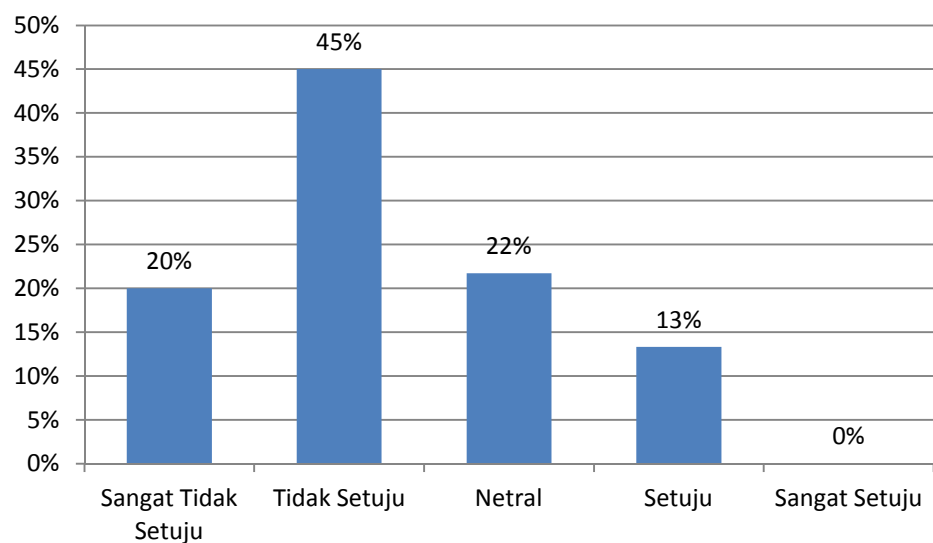
Gambar 5.8 : Diagram Keindahan Pertanyaan 1
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Lokasi penempatan media reklame pada jalan Tjilik Riwut sudah harmonis dengan reklame yang lain baik bentuk, ukuran, maupun penempatannya.



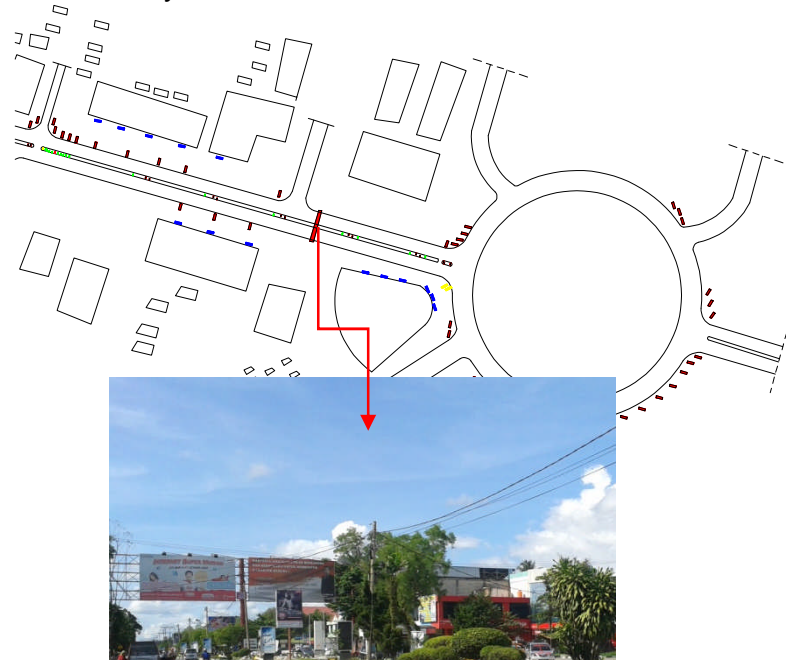
Gambar 5.9 : Lokasi Penempatan Signage
Sumber : Hasil Survey, 2014

Untuk lokasi penempatan *signage* pada koridor jalan Tjilik Riwut dianggap masih belum harmonis karena 27 responden (45%) dari seluruh responden menganggap tidak setuju kalau *signage* di jalan Tjilik Riwut sudah harmonis. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah.



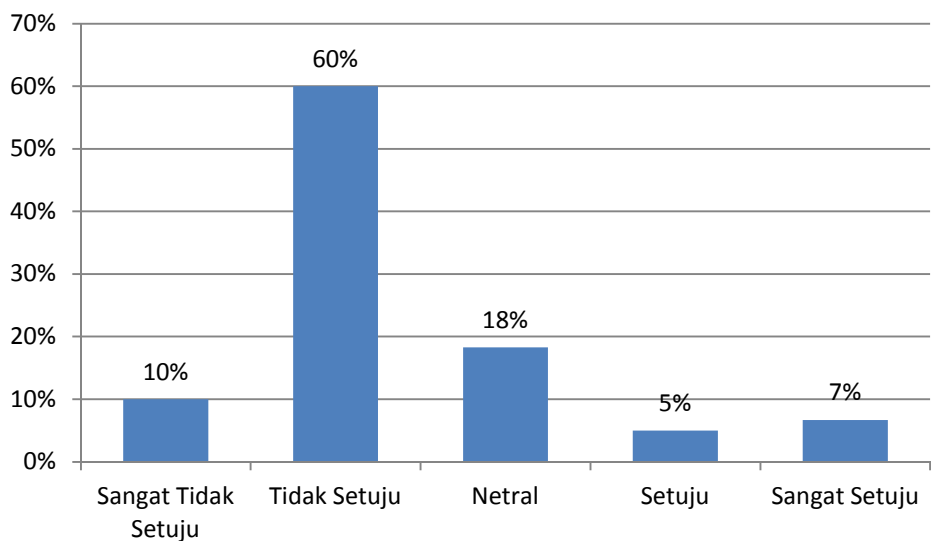
Gambar 5.10 : Diagram Keindahan Pertanyaan 2
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Ukuran media reklame pada jalan Tjilik Riwut semakin besar ukurannya semakin baik.



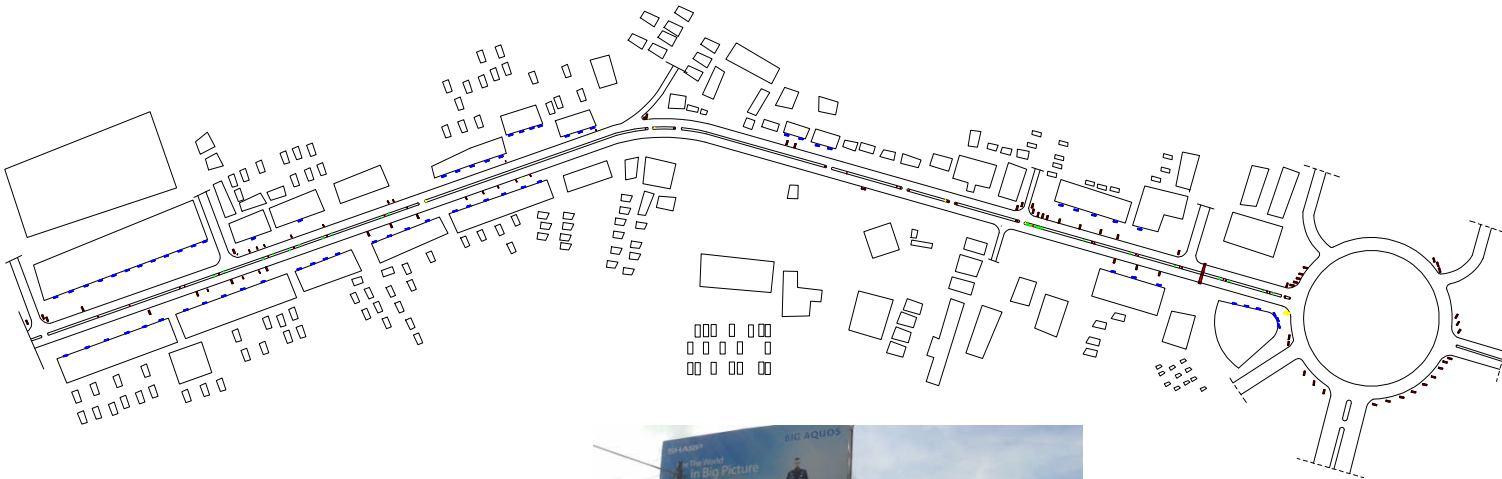
Gambar 5.11 : Ukuran *Signage*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Masyarakat menganggap bahwa ukuran *signage* pada koridor jalan Tjilik Riwut yang semakin besar semakin baik banyak yang menyatakan tidak setuju karena 36 responden (60%) dari seluruh responden menganggap tidak setuju. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah.



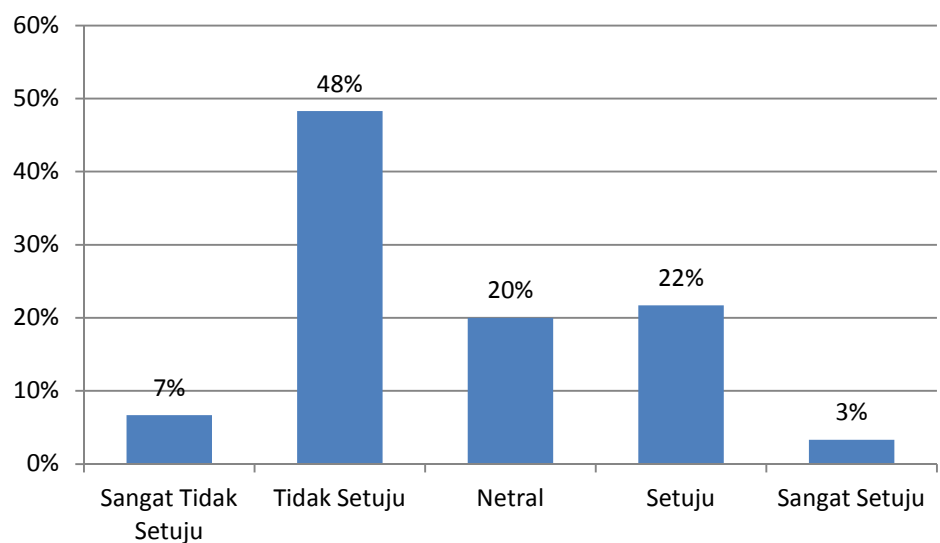
Gambar 5.12 : Diagram Keindahan Pertanyaan 3
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Penyebaran media reklame pada jalan Tjilik Riwut sudah merata, jarak, jumlah pada koridor jalan sudah teratur.



Gambar 5.13 : Penyebaran *Signage*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Penyebaran *signage* pada koridor jalan Tjilik Riwut yang tidak merata dilihat dari 29 responden (48%) dari seluruh responden menganggap tidak setuju. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah.



Gambar 5.14 : Diagram Keindahan Pertanyaan 4
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

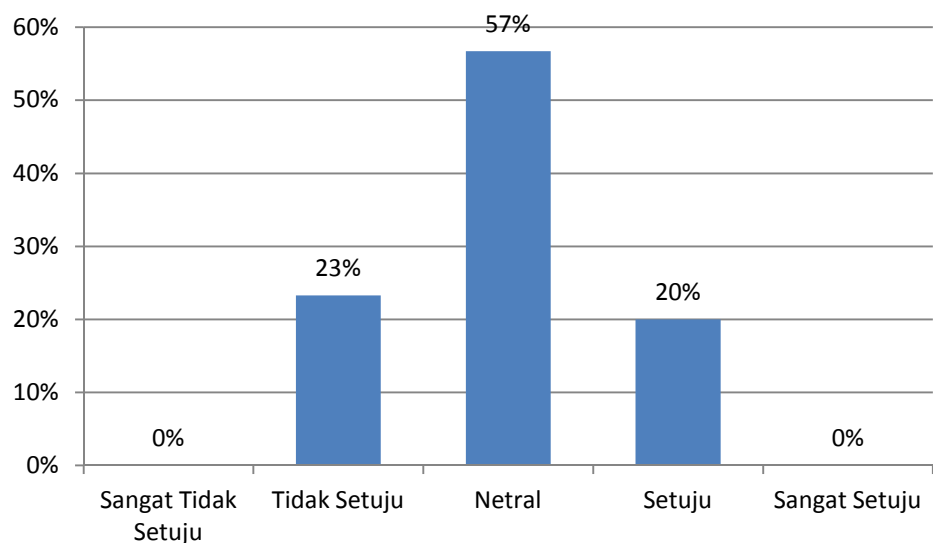
b. Keselamatan

- Penempatan/ letak dari media reklame mengganggu bagi pengguna jalan kaki maupun pengendara motor/ mobil.



Gambar 5.15 : Penempatan Signage
Sumber : Hasil Survey, 2014

Penempatan *signage* pada koridor jalan Tjilik Riwet masyarakat menganggap sedang/ tidak terlalu mengganggu dimana dilihat dari 34 responden (57%) dari seluruh responden menganggap netral. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah.



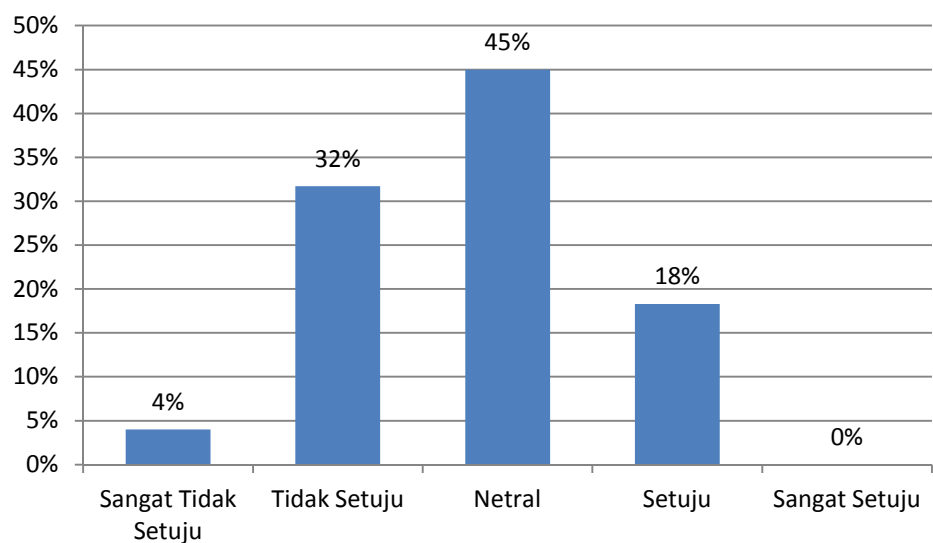
Gambar 5.16 : Diagram Keselamatan Pertanyaan 1
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Bahan konstruksi media reklame yang berada pada koridor jalan Tjilik Riwut sudah memiliki standar keamanan yang sesuai pada pemasangannya.



Gambar 5.17 : Kontruksi *Signage*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Konstruksi *signage* pada koridor jalan Tjilik Riwut masyarakat menganggap sedang/ tidak berbahaya dimana dilihat dari 27 responden (45%) dari seluruh responden menganggap netral. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah.



Gambar 5.18 : Diagram Keselamatan Pertanyaan 2
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

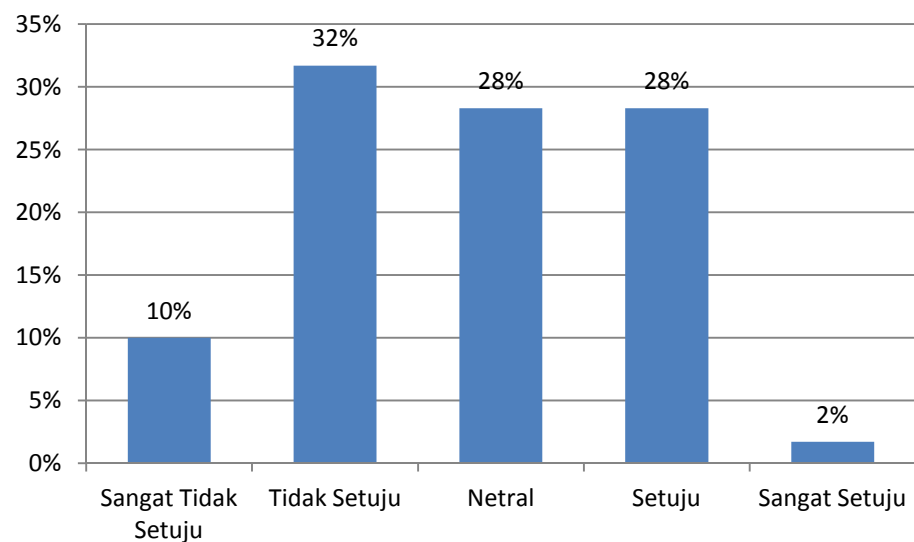
c. Efektivitas

- Media reklame yang berada pada jalan Tjilik Riwut sudah komunikatif (mudah dibaca & jelas).



Gambar 5.19 : *Signage*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Signage pada koridor jalan Tjilik Riwut masyarakat menganggap tidak komunikatif dimana dilihat dari 19 responden (32%) dari seluruh responden menganggap tidak setuju. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah.



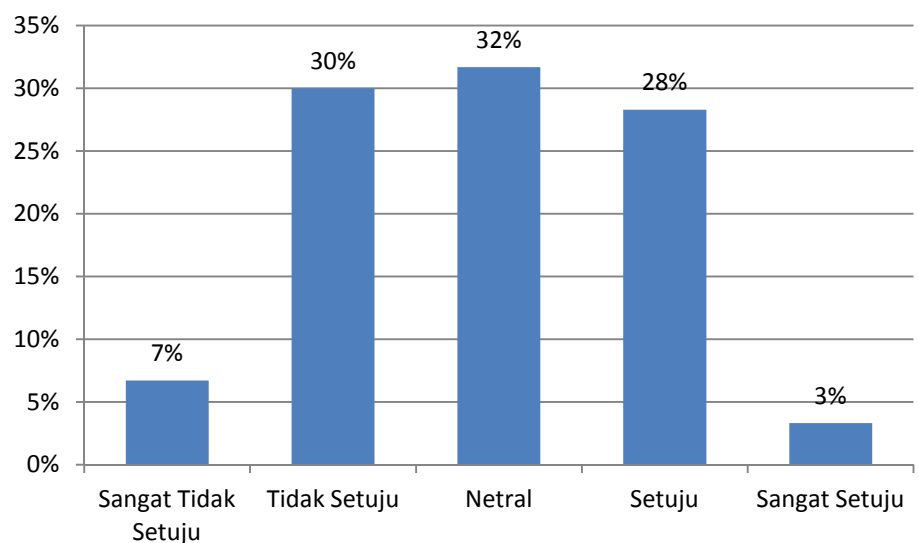
Gambar 5.20 : Diagram Efektivitas Pertanyaan 1
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Bentuk media reklame yang tidak terlalu rapat membuat anda lebih mudah untuk membacanya pada saat berjalan kaki/ saat berkendara.



Gambar 5.21 : Signage
Sumber : Hasil Survey, 2014

Signage pada koridor jalan Tjilik Riwut masyarakat masih bisa membaca pada saat berjalan kaki maupun saat berkendara dimana dilihat dari 19 responden (32%) dari seluruh responden menganggap netral. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah



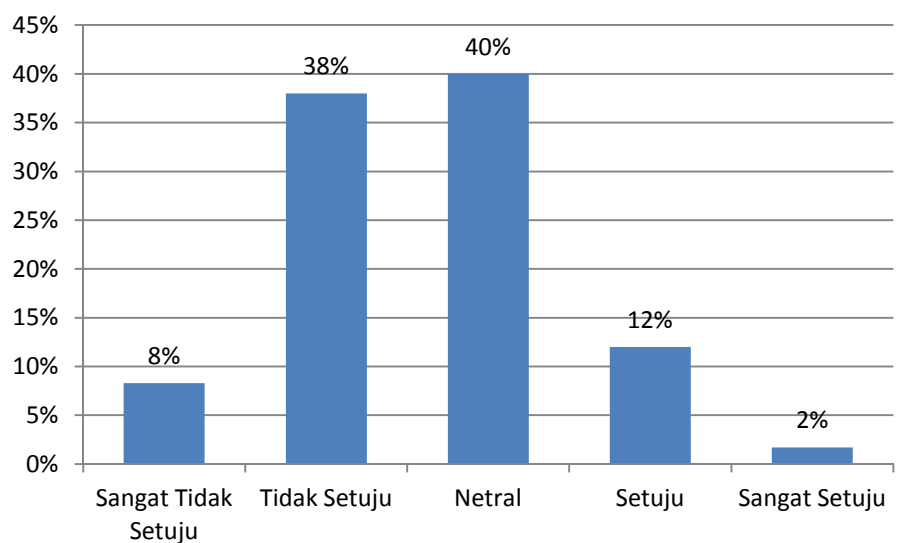
Gambar 5.22 : Diagram Efektivitas Pertanyaan 2
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Bentuk media reklame yang berukuran tinggi ($<3m^2$ untuk pejalan kaki dan $>3m^2$) untuk berkendara membuat anda mudah membaca dari jarak tertentu.



Gambar 5.23 : *Signage $<3m^2$ dan $>3m^2$*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Pada koridor jalan Tjilik Riwut sebagian masyarakat masih bisa membaca *signage* pada saat berjalan kaki maupun saat berkendara pada jarak tertentu dimana dilihat dari 24 responden 40% dari seluruh responden menganggap netral. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah.



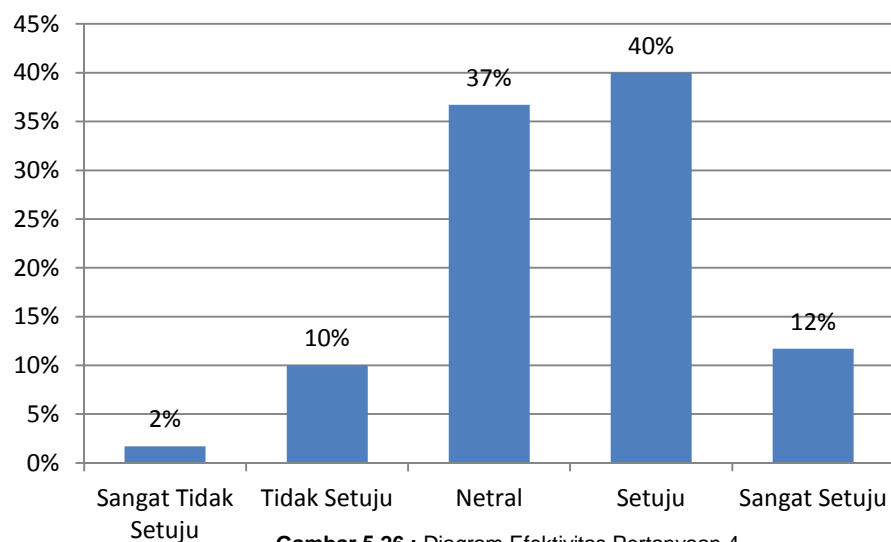
Gambar 5.24 : Diagram Efektivitas Pertanyaan 3
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Penggunaan pencahayaan tidak menyilaukan mata pada malam hari sehingga mudah di baca pada malam hari.



Gambar 5.25 : Pencahayaan Signage
Sumber : Hasil Survey, 2014

Pencahayaan pada *signage* koridor jalan Tjilik Riwut sebagian masyarakat mengatakan tidak menyilaukan mata pada malam hari dimana dilihat dari 24 responden (40%) dari seluruh responden menganggap setuju. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah



Gambar 5.26 : Diagram Efektivitas Pertanyaan 4
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Dari semua pertanyaan kuesioner dari responden terhadap variabel bebas menunjukkan bahwa indikator yang paling menonjol pada variabel bebas adalah faktor keselamatan dengan nilai mean

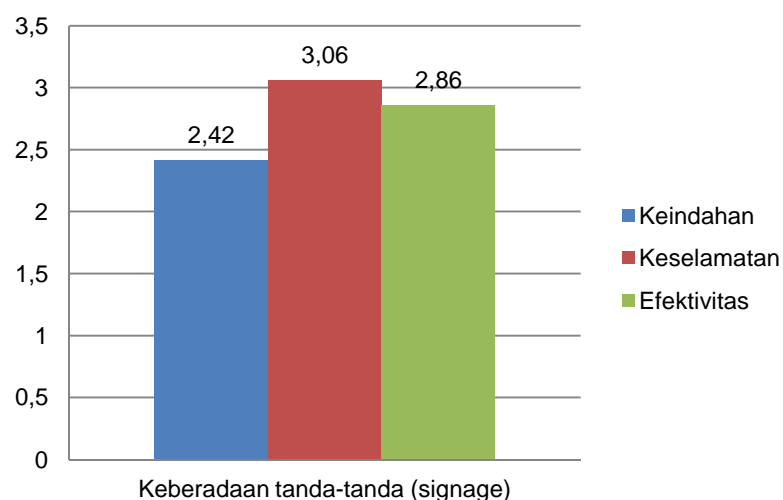
per faktornya adalah 3,06 (gambar 5.27). artinya faktor keselamatan merupakan faktor keberadaan tanda-tanda (*signage*) dianggap baik oleh dari semua responden di ikuti oleh faktor efektivitas dengan nilai mean per faktor 2,86 dan faktor keindahan yang memiliki nilai mean per faktor terendah 2,42. Dilihat pada tabel

Tabel 5.3
Mean variabel Keberadaan Tanda-Tanda (*Signage*)

| Variabel Bebas | Indikator <i>Signage</i> | Mean faktor |
|---------------------------|--------------------------|-------------|
| Keberadaan <i>Signage</i> | Keindahan | 2,42 |
| | Keselamatan | 3,06 |
| | Efektivitas | 2,86 |

Sumber : Hasil Analisa dengan SPSS, 2014

Dengan skala likert, angka nilai mean faktor tersebut dapat dikonversikan. Untuk faktor keselamatan dengan nilai 3,06 masuk dalam skala netral dalam artian keberadaan tanda-tanda pada jalan Tjilik Riwut termasuk baik, serta untuk faktor efektivitas dengan nilai 2,86 dimana berarti efektivitas keberadaan tanda-tanda pada jalan Tjilik Riwut masih kurang baik, begitu juga pada faktor keindahan.



Gambar 5.27 : Diagram Nilai Mean Per Faktor Keberadaan *signage*
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

5. 4. 2. Penilaian Responden Terhadap Variabel Terikat

Persepsi Masyarakat adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel terikat. Variabel persepsi masyarakat ini terdiri dari (1) Faktor Internal, dan (2) Faktor Eksternal

a. Faktor Internal

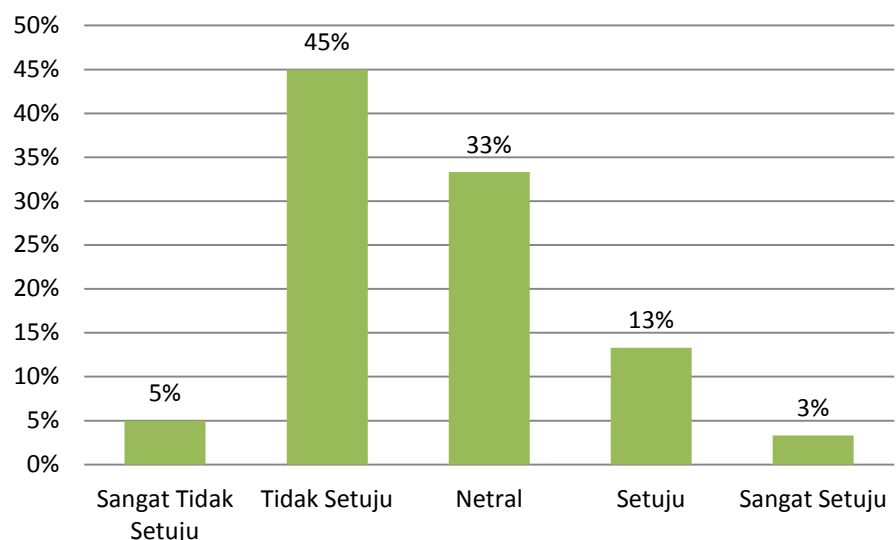
- Keberadaan media reklame sudah membantu anda dalam memberikan informasi yang anda inginkan



Gambar 5.28 : Informasi Signage
Sumber : Hasil Survey, 2014

Informasi yang disampaikan pada *signage* koridor jalan Tjilik Riwut sebagian masyarakat merasa bahwa informasi dari *signage* tidak tersampaikan dimana dilihat dari 27 responden (45%) dari seluruh responden menganggap tidak setuju.

Yang dapat dilihat pada diagram dibawah



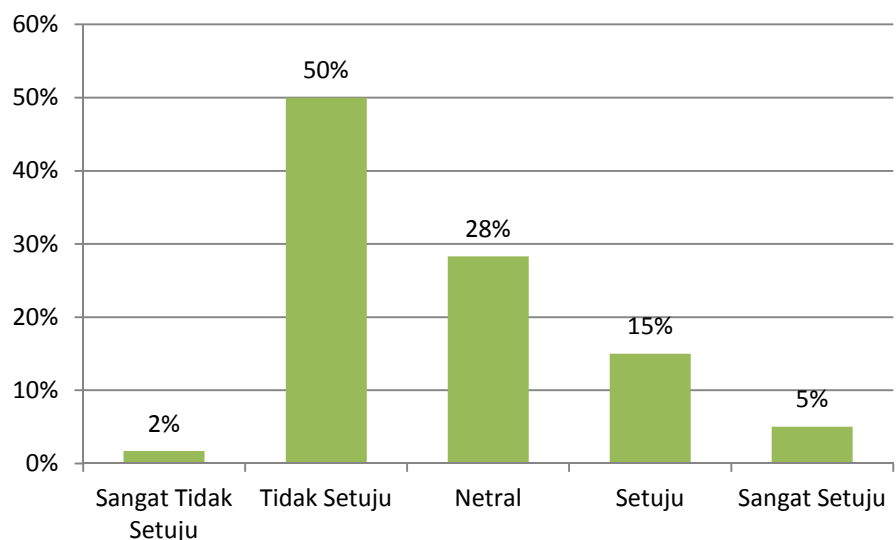
Gambar 5.29 : Diagram Faktor Internal Pertanyaan 1
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Bentuk pada media reklame pada jalan Tjilik Riwut memiliki bentuk yang proposional dengan elemen visual lainnya seperti, pepohonan dan street furniture (perabot jalan) lainnya.



Gambar 5.30 : Proporsi *Signage*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Proporsi *signage* dengan elemen lainnya masyarakat menganggap bahwa tidak memiliki bentuk yang proposional dengan elemen visual lainnya dimana dilihat dari 30 responden (50%) dari seluruh responden menganggap tidak setuju. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah



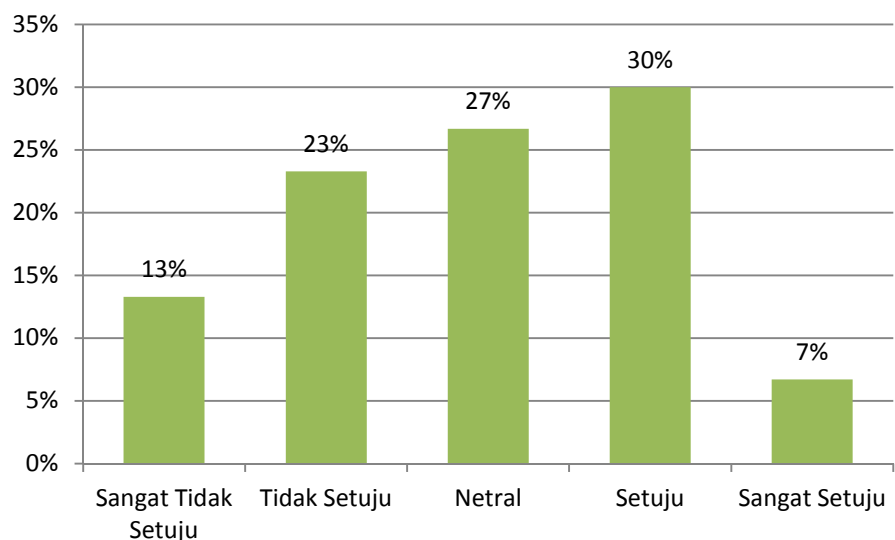
Gambar 5.31 : Diagram Faktor Internal Pertanyaan 2
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Bentuk media reklame yang unik bisa membuat anda mudah mengingat lokasi



Gambar 5.32 : Bentuk *Signage*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Bentuk *signage* yang unik pada jalan Tjilik Riwut bisa membuat masyarakat mudah mengingat lokasi dimana dilihat dari 18 responden (30%) dari seluruh responden menganggap setuju. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah.



Gambar 5.33 : Diagram Faktor Internal Pertanyaan 3
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

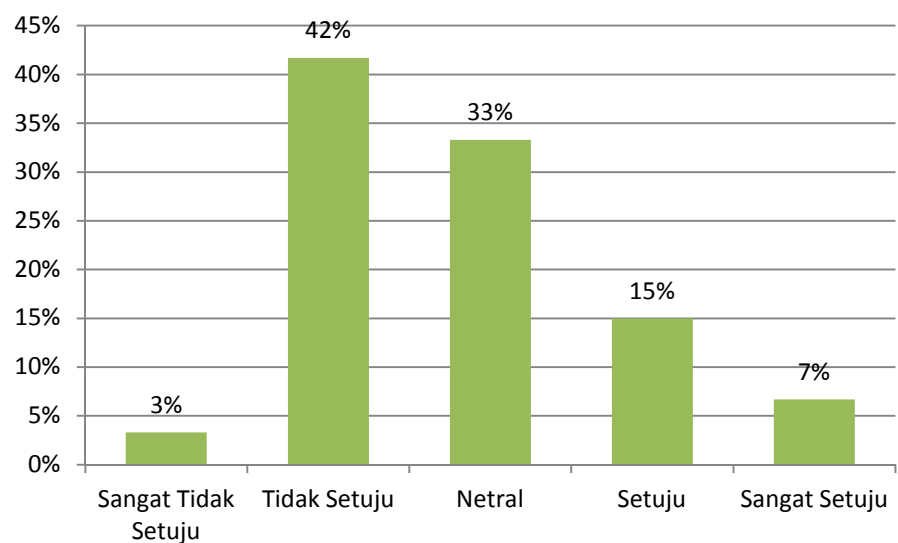
b. Faktor Eksternal

- Dimensi media reklame dengan ukuran besar pada jalan Tjilik Riwut sudah baik/indah dan sangat diperlukan sebagai petunjuk bagi pengguna kendaraan.



Gambar 5.34 : Bentuk *Signage*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Bentuk *signage* dengan ukuran besar pada jalan Tjilik Riwut dirasa kurang bagus dilihat dari 25 responden (42%) dari seluruh responden menganggap tidak setuju. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah



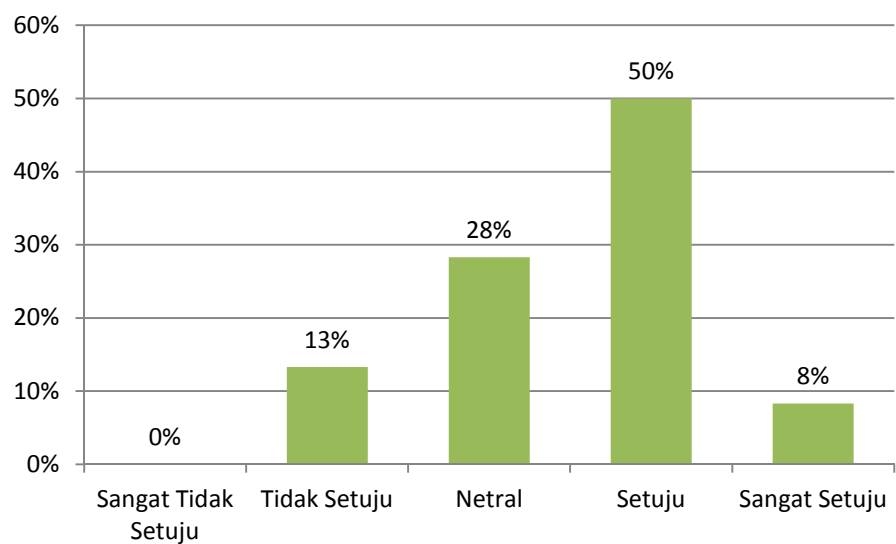
Gambar 5.35 : Diagram Faktor Eksternal Pertanyaan 1
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Penggunaan bahan dan cat material tidak menyilaukan mata pada siang hari sehingga mudah di baca



Gambar 5.36 : Material Signage
Sumber : Hasil Survey, 2014

Bahan *signage* dan cat material dengan ukuran besar pada jalan Tjilik Riwut dirasa tidak menyilaukan mata dilihat dari 30 responden (50%) dari seluruh responden menganggap setuju. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah



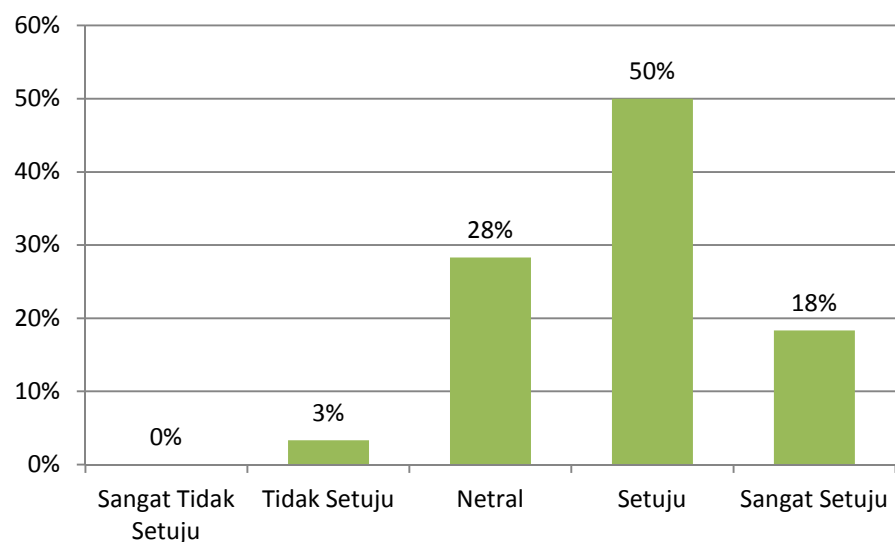
Gambar 5.37 : Diagram Faktor Eksternal Pertanyaan 2
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

- Bentuk media reklame pada jalan Tjilik Riwut memiliki bentuk yang monoto (kotak, kurang variatif, dll)



Gambar 5.38 : Bentuk *Signage*
Sumber : Hasil Survey, 2014

Bentuk *signage* pada jalan Tjilik Riwut sangat monoton dilihat dari 30 responden (50%) dari seluruh responden menganggap setuju. Yang dapat dilihat pada diagram dibawah



Gambar 5.39 : Diagram Faktor Eksternal Pertanyaan 3
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Pada semua kuesioner maka dapat disimpulkan bahwa indikator yang paling menonjol pada variabel terikat adalah faktor

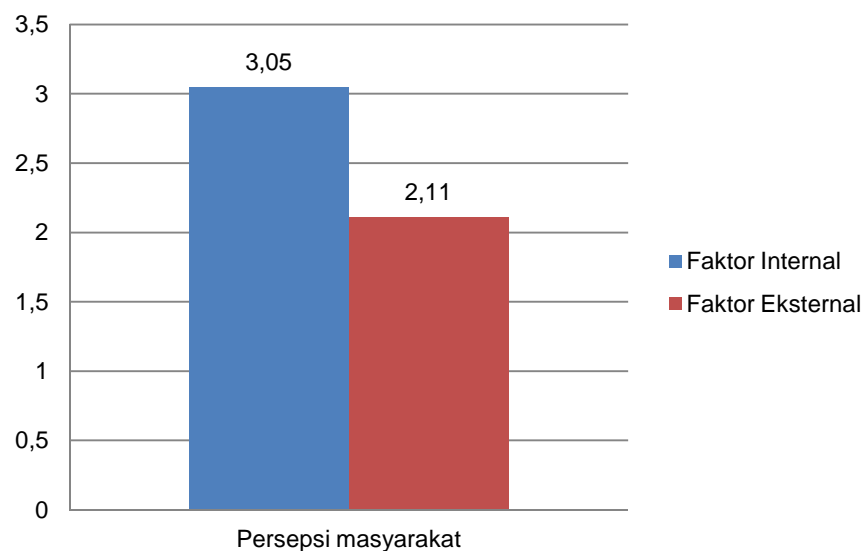
eksternal dengan nilai mean per faktornya adalah 3,05 (gambar 5.40).

Tabel 5.4
Mean variabel Persepsi Masyarakat

| Variabel Bebas | Indikator <i>Signage</i> | Mean faktor |
|---------------------|--------------------------|-------------|
| Persepsi Masyarakat | Faktor Internal | 3,05 |
| | Faktor Eksternal | 2,11 |

Sumber : Hasil Analisa dengan SPSS, 2014

Dengan skala likert, angka nilai mean faktor tersebut dapat dikonversikan. Untuk faktor internal dengan nilai 3,05 masuk dalam skala netral dalam artian persepsi masyarakat pada jalan Tjilik Riwut termasuk baik, serta untuk faktor eksternal dengan nilai 2,11 dimana berarti faktor eksternal pada jalan Tjilik Riwut masih kurang baik.



Gambar 5.40 : Diagram Nilai Mean Per Faktor Persepsi Masyarakat
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Hasil pengamatan responden menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel keberadaan tanda-tanda sebesar 2,78 dan nilai rata-rata persepsi masyarakat sebesar 1,44 (tabel 5.5)

Tabel 5.5
Perbandingan Mean variabel Keberadaan Tanda-Tanda (*Signage*) dan Persepsi Masyarakat

| Keberadaan <i>Signage</i> | | Kesenjangan | Persepsi Masyarakat | |
|---------------------------|-----------------|-------------|---------------------|-----------------|
| Faktor | Mean per Faktor | | Faktor | Mean per Faktor |
| Keindahan | 2,42 | 1,34 | Faktor Internal | 2,11 |
| Keselamatan | 3,06 | | Faktor eksternal | 3,05 |
| Efektivitas | 2,86 | | | |
| Rata-Rata | 2,78 | | Rata-Rata | 1,44 |

Sumber : Hasil Analisa dengan SPSS, 2014

Nilai rata-rata yang diperoleh ini menunjukkan bahwa keberadaan tanda-tanda dan persepsi masyarakat berada pada skala kurang baik (di konversikan pada skala likert).

Berdasarkan dengan uraian diatas, faktor yang dirasakan paling dominan menurut responden adalah faktor keselamatan dan faktor internal. Pada tabel 5.5 juga menunjukkan adanya kesenjangan sebesar 1,34. Kondisi ini menggambarkan bahwa penilaian responden tentang keberadaan tanda-tanda lebih baik 1,34 poin dibanding persepsi masyarakat.

5. 5. Hubungan Keberadaan *Signage* Terhadap Persepsi Masyarakat

5. 5. 1. Uji Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel tidak bebas. Pada penelitian ini teknik analisis regresi linear sederhana dipilih untuk menguji hubungan antar variabel yang digunakan. penggunaan teknik analisis regresi sederhana pada penelitian ini karena penelitian ini hanya menguji satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi ini menggunakan program SPSS. *Output* atau hasil SPSS yang perlu diperhatikan yaitu pada tabel *model summary* dan tabel *coefficient*.

a. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien *pearson product moment* (R) dan nilai *adjusted R²* perlu diperhatikan pada tabel *model summary*. Nilai tersebut kemudian akan diinterpretasikan tingkat hubungan korelasinya dengan tabel berikut:

Tabel 5.6
Tabel Koefisien

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0.00-0.199 | Sangat Rendah |
| 0.20-0.399 | Rendah |
| 0.40-0.599 | Sedang |
| 0.60-0.799 | Kuat |
| 0.80-1.000 | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono, 2010

Hasil analisa regresi antara variabel Keberadaan *signage* dengan variabel persepsi masyarakat adalah sebagai berikut:

Tabel 5.7
*Model Summary Regresi Keberadaan *signage* dan Persepsi Masyarakat*

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .616 ^a | .379 | .346 | 1.792 |

Sumber : Hasil Analisa dengan SPSS, 2014

Pada tabel 5.7 dapat dilihat nilai koefisien korelasi (r_y) adalah 0.616. menurut tabel tingkat koefisien korelasi (tabel 5.6), nilai yang didapat tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang kuat positif antara variabel keberadaan tanda-tanda dan variabel persepsi masyarakat. Sedangkan nilai *Adjusted R square* menunjukan angka sebesar 0.346 yang menunjukan bahwa keberadaan tanda-tanda yang dapat dijelaskan oleh variabelitas persepsi masyarakat sebesar 34,6%, sedangkan sisanya 65,4% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

b. Uji ANNOVA/ Uji Statistik F

Uji F atau ANNOVA digunakan untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama (stimultan) terhadap variabel terikatnya. Yang perlu diperhatikan pada uji F yaitu nilai

signifikan yang didapat dari hasil uji F menggunakan SPSS. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Hasil uji F dilihat dalam tabel ANNOVA dalam kolom sig. Jika nilai probabilitas < 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 5.8
Hasil Uji F

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 109.876 | 3 | 36.625 | 11.409 | .000 ^a |
| | Residual | 179.774 | 56 | 3.210 | | |
| | Total | 289.650 | 59 | | | |

Sumber : Hasil Analisa dengan SPSS, 2014

Berdasarkan tabel 5.8 nilai F hitung (*F test*) sebesar 11.409 dengan probabilitas 0.000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa semua variabel keberadaan tanda-tanda yang dimasukkan ke dalam model secara bersama-sama berpengaruh terhadap kualitas persepsi masyarakat karena nilai sig yang didapat < 0,05.

c. Uji Signifikasi T

Uji T digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig. Jika probabilitas nilai T atau $\text{sig} < 0.05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai T atau $\text{sig} > 0.05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Menurut hatono (2008), tabel *coefficient* yang perlu diperhatikan adalah kolom B pada konstan (a) dan koefisien arah regresi (b) dan menyatakan perubahan variabel X sebesar 1 unit. Bila b bertanda positif berarti penambahan dan bila negatif berarti penurunan.

Dari hasil SPSS, didapatkan tabel *coefficient* sebagai berikut:

Tabel 5.9
Tabel *coefficient*
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 24.372 | 3.572 | | 2.609 | .000 |
| | X | .509 | .086 | .493 | 4.671 | .000 |

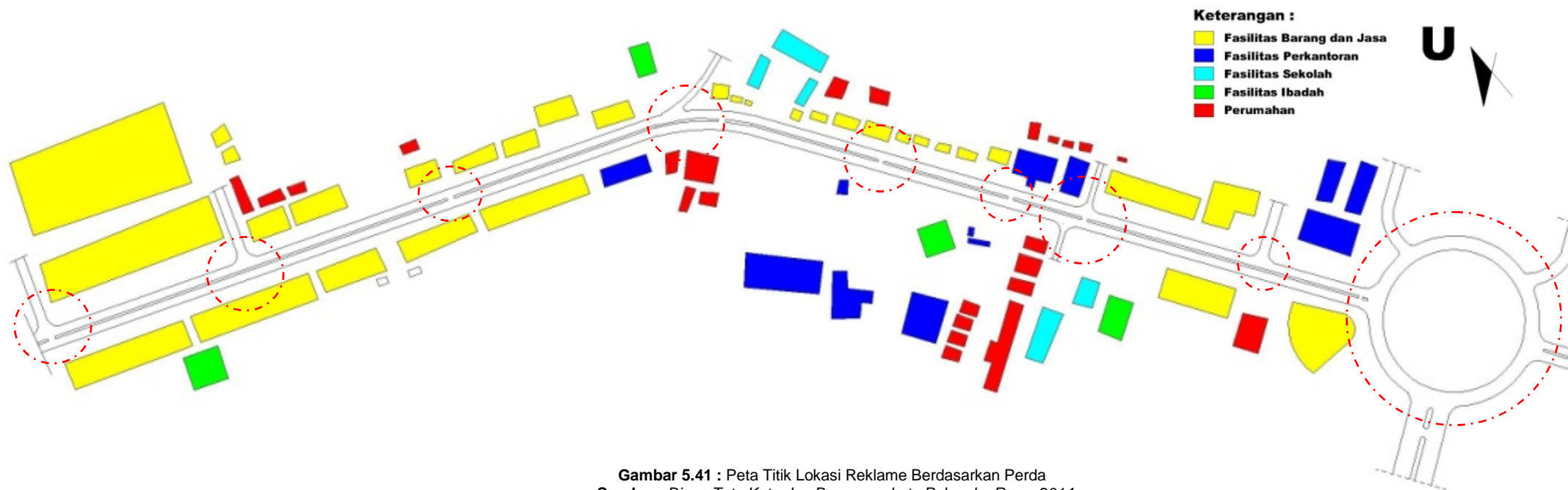
Sumber : Hasil Analisa dengan SPSS, 2014

Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan menunjukan bahwa semua variabel keberadaan *signage* yang dimasukkan dalam

model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap persepsi masyarakat. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa keberadaan *signage* mempunyai hubungan kuat positif terhadap persepsi masyarakat dengan kata lain hanya 34,6%, sedangkan sisanya 65,4% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

5. 6. Analisis Perda Terhadap Penataan *Signage*

Apabila *signage* diartikan sebagai benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk suasana dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang atau pun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. Maka nampak jelas tersurat bahwa *signage* terutama ditunjukan untuk menarik perhatian orang. Artinya dimana disana terdapat banyak orang (baik yang yang berdiam atau sekedar melintas), maka akan semakin strategis nilai sebuah kawasan untuk pemasangan reklame. Bertitik tolak pada pemikiran di atas, maka dalam dalam penentuan tingkat strategis tidaknya suatu kawasan paling tidak digunakan tiga indikator utama yaitu traffic, density dan activity center (keberadaan pusat aktivitas sekitar lokasi/ titik/ kawasan).



Gambar 5.41 : Peta Titik Lokasi Reklame Berdasarkan Perda
Sumber : Dinas Tata Kota dan Bangunan kota Palangka Raya, 2014

Pada perda tata cara penyelenggara reklame pasal 6 ayat 4

“Penyelenggara reklame pada kawasan pemetaan di ruas jalan yang tidak dikuasai pemerintah kota dan di kawasan non pemetaan dilakukan dengan mengajukan permohonan secara tertulis persetujuan titik reklame kepada walikota”

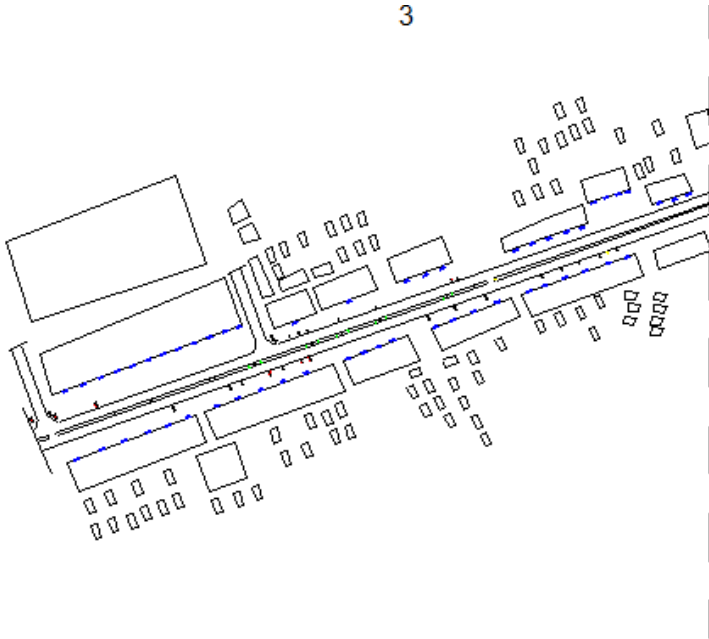
Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak ada batasan-batasan dalam pemasangan reklame selama penyelenggara reklame masih memiliki izin untuk pemasangannya, serta tidak ada peraturan baku tentang bagaimana pengaturan bentuk maupun jumlah yang dapat ditempati dalam satu titik lokasi reklame dengan catatan selama lokasi tersebut masih memiliki tempat untuk dipasang reklame.

Namun seiring perkembangan kota Palangka Raya berubah seiring berjalannya waktu, demikian halnya dengan kondisi kawasan suatu daerah. Dalam konteks *signage*, kawasan yang kini mungkin strategis ataupun kurang strategis untuk pemasangan belum tentu demikian untuk masa yang lalu atau masa datang. Dikarenakan perkembangan/pembangunan boleh jadi suatu kawasan yang dulunya kurang strategis menjadi sebaliknya di masa kini dan masa depan. Sehingga keberadaan *signage* semakin meningkat pada jalan Tjilik Riwut, dimana pemasangan *signage* tidak rapi pelaksanaan penataan reklame Media Luar Ruangan/ Media Luar Griya (MLG), seperti pemasangan spanduk yang semrawut karena tumpang tindih (merugikan klien/para pemasang iklan), lahan pemasangan baliho yang terlalu sedikit jumlah lokasinya (tidak cukup

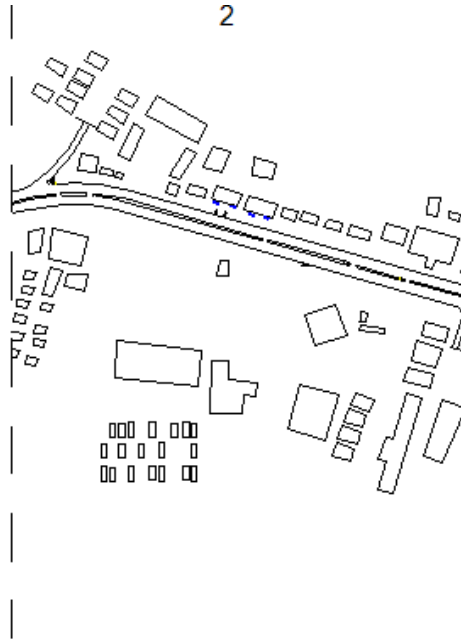
akomodatif terhadap perkembangan dunia usaha dan iklim promosi masyarakat lokal yang semakin meningkat), isi *signage* yang tidak sesuai dengan lingkungan, ukuran *signage* yang tidak serasi, *signage* yang menutup sebagian bangunan, bentuk dan corak konstruksi yang kadang mengabaikan keselamatan, orientasi penempatan *signage* yang tidak mempertimbangkan estetika kota, pemasangan reklame di tempat yang tidak semestinya seperti warisan budaya maupun berada di jalur hijau, dan masih banyak yang lain.

Dimana dapat dilihat pada gambar 5.42, peta penyebaran titik *signage* yang semerawut dan tumpang tindih sehingga dalam pemasangan *signage* di jalan Tjilik Riwut karena kurang kuatnya peraturan daerah dan pemeberian sanksi tegas dari pemerintah terhadap oknum-oknum yang melanggar.

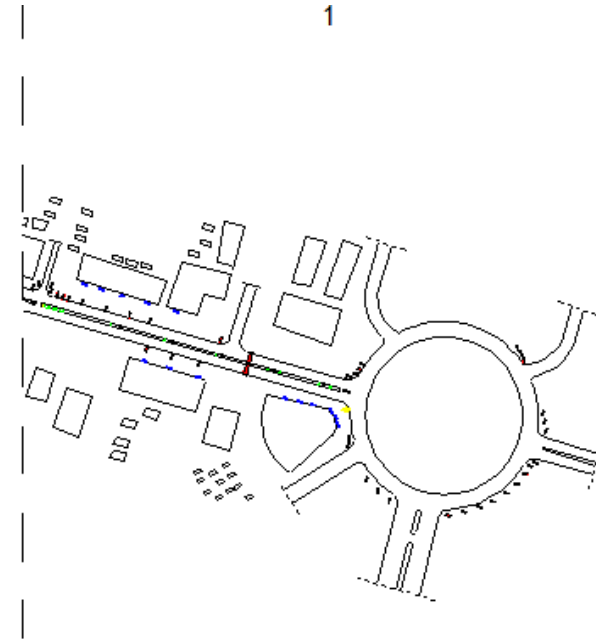
3



2



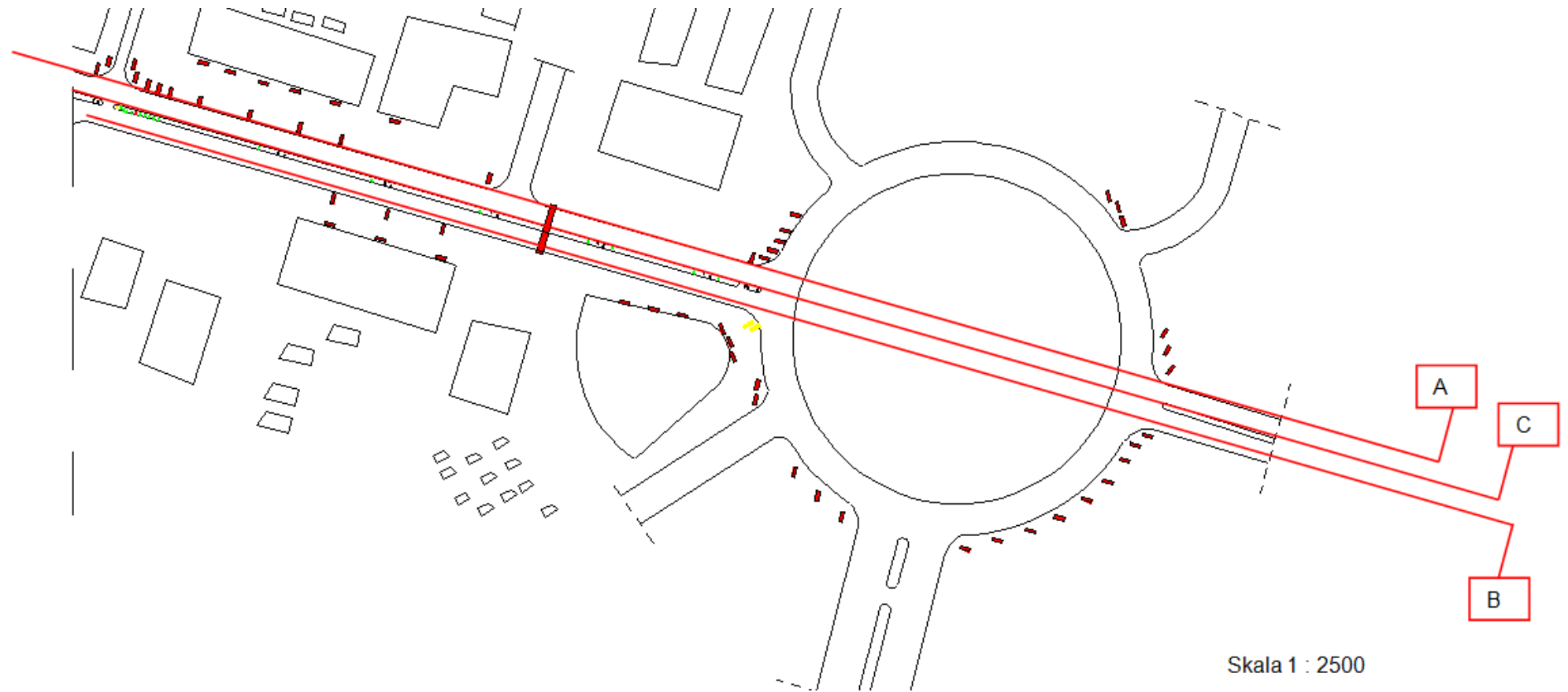
1



Skala 1 : 1000

Gambar 5.42 : Penyebaran *Signage*
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

a. Bagian 1



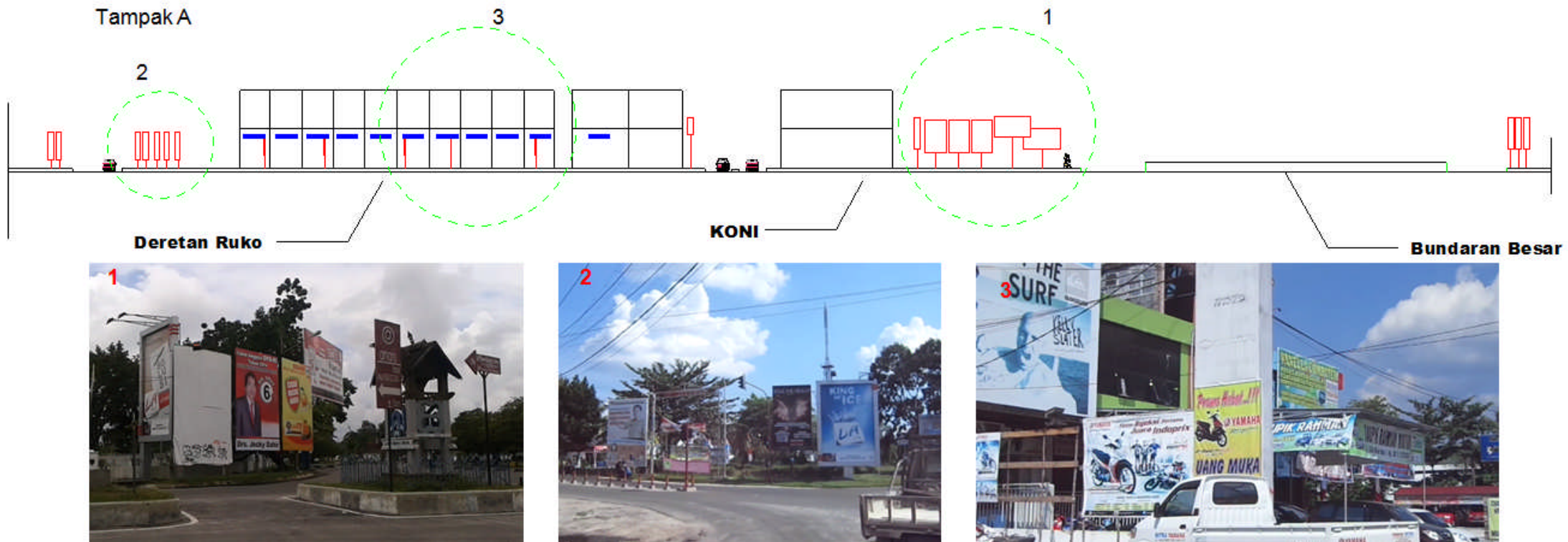
Gambar 5.43 : Pembagian *signage* Bagian 1
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Pada Area 1 dan 2

Pada area ini banyak terdapat papan reklame pada satu titik ini dengan bentuk, ukuran dan ketinggian yang berbeda sehingga ini dapat mengaburkan informasi yang disampaikan. Dimana dalam perda tidak ada aturan baku tentang pengaturan jarak, batasan jumlah reklame, maupun bentuk reklame. Dimana ini dapat mengakibatkan kekacauan visual bagi pengamat.

Pada Area 3

Pada area ini banyak terdapat *sigange* sebagai jati diri pada bangunan tersebut, dimana pada satu bangunan terdapat bangunan yang menggunakannya lebih dari satu sigange dan pemasangannya ada yang menggunakan tali dan diikatkan ke sembarang tempat. Seharusnya pemerintah juga mengeluarkan perda dalam pengaturan pemasangan *sigange* jenis ini. Untuk kondisi ini masih terkesan semrawut, dalam hal pemasangan menghilangkan estetika bangunan secara keseluruhan.



Gambar 5.44 : Tampak A (Bagian 1)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

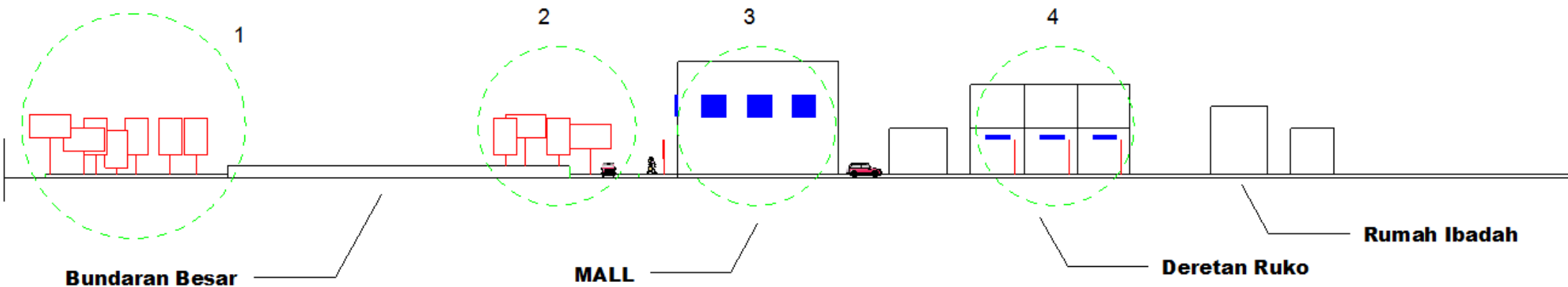
Pada Area 1 dan 2

Pada area ini banyak terdapat papan reklame pada satu titik ini dengan bentuk, ukuran dan ketinggian yang berbeda sehingga ini dapat mengaburkan informasi yang disampaikan. Seharusnya pada satu titik tersebut hanya dipasang beberapa papan reklame dengan jarak yang sama, bentuk, ukuran, dan ketinggian yang sama sehingga tidak ada yang saling mendominasi antara satu reklame dengan reklame yang lain dan juga menciptakan keseragaman antara papan reklame tersebut.

Pada Area 3 dan 4

Pada area ini banyak terdapat *sigange* sebagai jati diri pada bangunan tersebut, dimana pada satu bangunan terdapat bangunan yang menggunakannya lebih dari satu sigange. Untuk kondisi ini masih terkesan semrawut.

Tampak B



Gambar 5.45 : Tampak B (Bagian 1)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

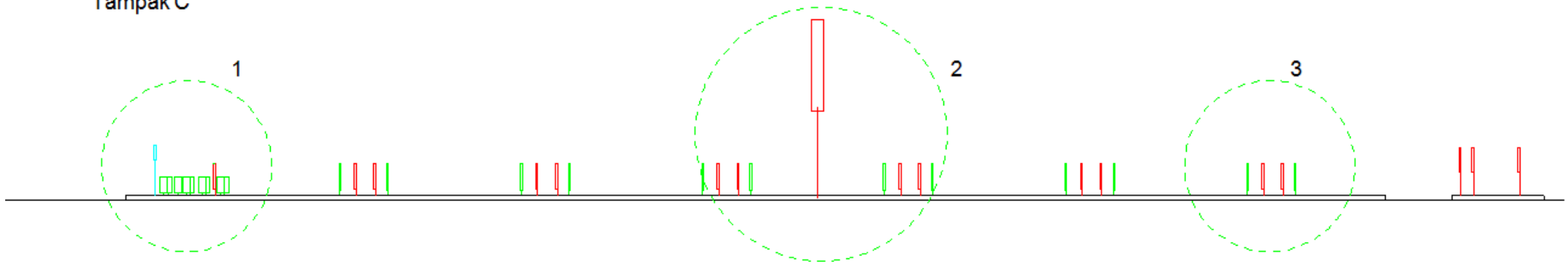
Pada Area 1

Pada area ini banyak terdapat papan reklame pada satu titik ini dengan sifat temporer dimana terjadinya tumpang tindih. Padahal dalam perda pasal 10 ayat 1 sudah menjelaskan, untuk reklame jenis ini jarak antar reklame paling dekat 4m, namun pada keadaan dilapangan reklame jenis ini malah menumpuk dengan jarak yang tidak beraturan. Dimana ini menandakan kurang tegasnya pemerintah dalam menjalani perda yang ada.

Pada Area 2 dan 3

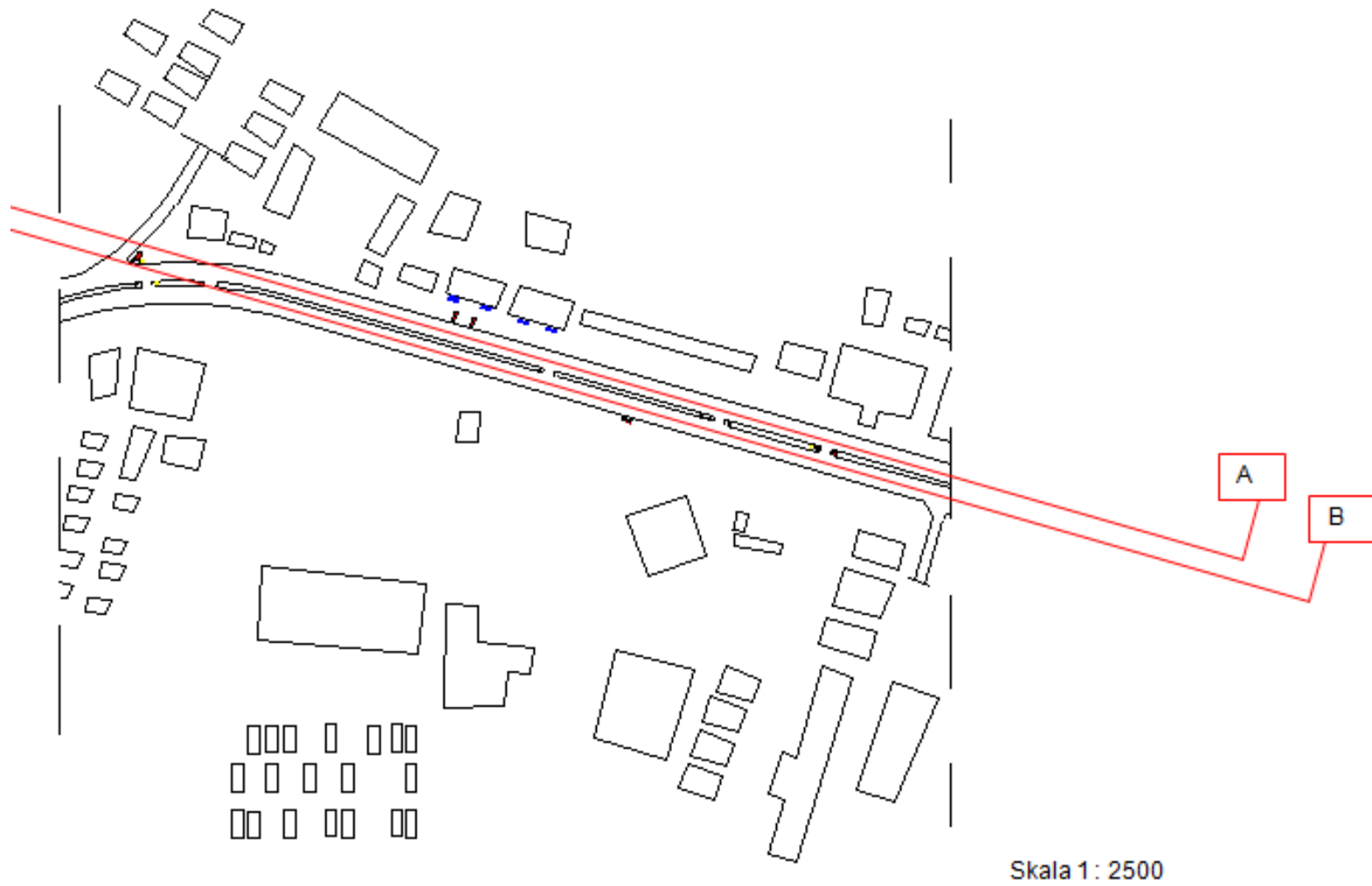
Pada area ini banyak terdapat *signage* dengan sifat permanen maupun temporer dimana memiliki jarak yang sama tiap pemasangannya, sehingga pada area ini sudah menciptakan keharmonisan antara *signage* dengan sifat permanen dan temporer.

Tampak C



Gambar 5.46 : Tampak C (Bagian 1)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

b. Bagian 2



Gambar 5.47 : Pembagian *Signage* Bagian 2
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

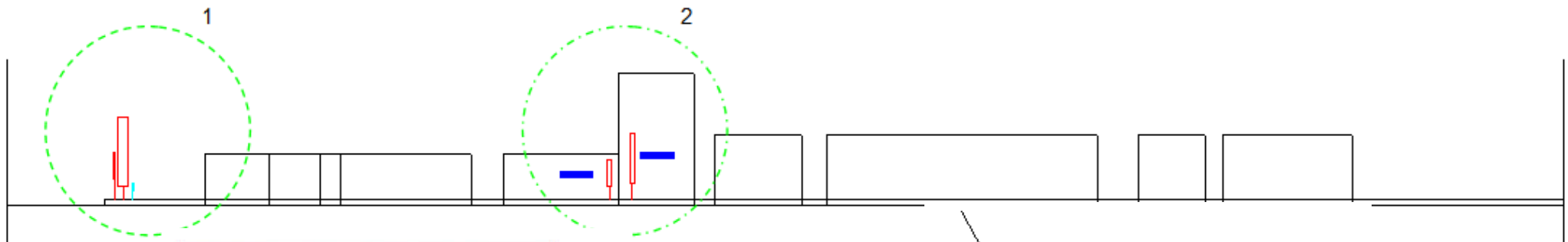
Pada Area 1

Pada area ini banyak terdapat *sigange* dengan sifat permanen maupun temporer dimana memiliki bentuk yang sangat berbeda dari segi ukuran dan bentuk, sehingga tidak ada keharmonisan yang terjadi antara *sigange* dan lingkungan sekitar. Seharusnya untuk area ini tidak perlu dengan ukuran sebesar itu karena *sigange* tersebut terlalu memaksakan diri untuk ditempatkan pada sudut jalan seperti itu dan di ganti dengan ukuran yang lebih kecil agar menciptakan keharmonisan dengan lingkungan sekitar.

Pada Area 2

Pada area ini banyak terdapat *sigange* sebagai jati diri pada bangunan tersebut, dimana pada satu bangunan terdapat bangunan yang menggunakannya lebih dari satu *sigange*. Untuk kondisi ini masih sedikit, karena pada area ini berdekatan dengan bangunan perkantoran serta sekolah dan hanya ditemui beberapa bangunan yang bersifat komersil, papan reklame hanya sedikit ditemui.

Tampak A



Deretan Ruko

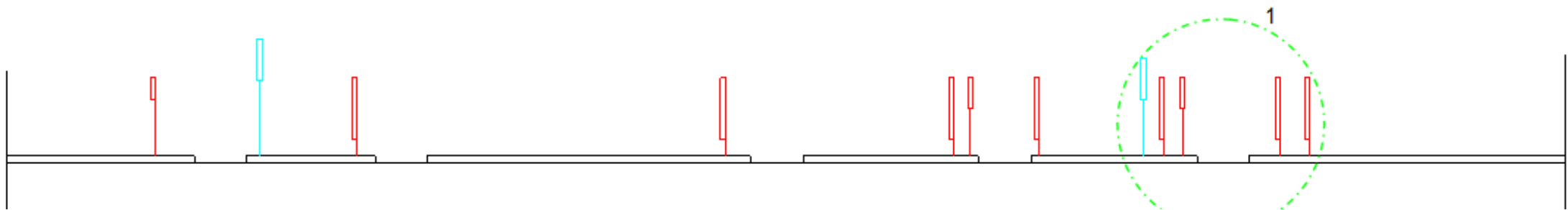


Gambar 5.48 : Tampak A (Bagian 2)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Pada Area 1

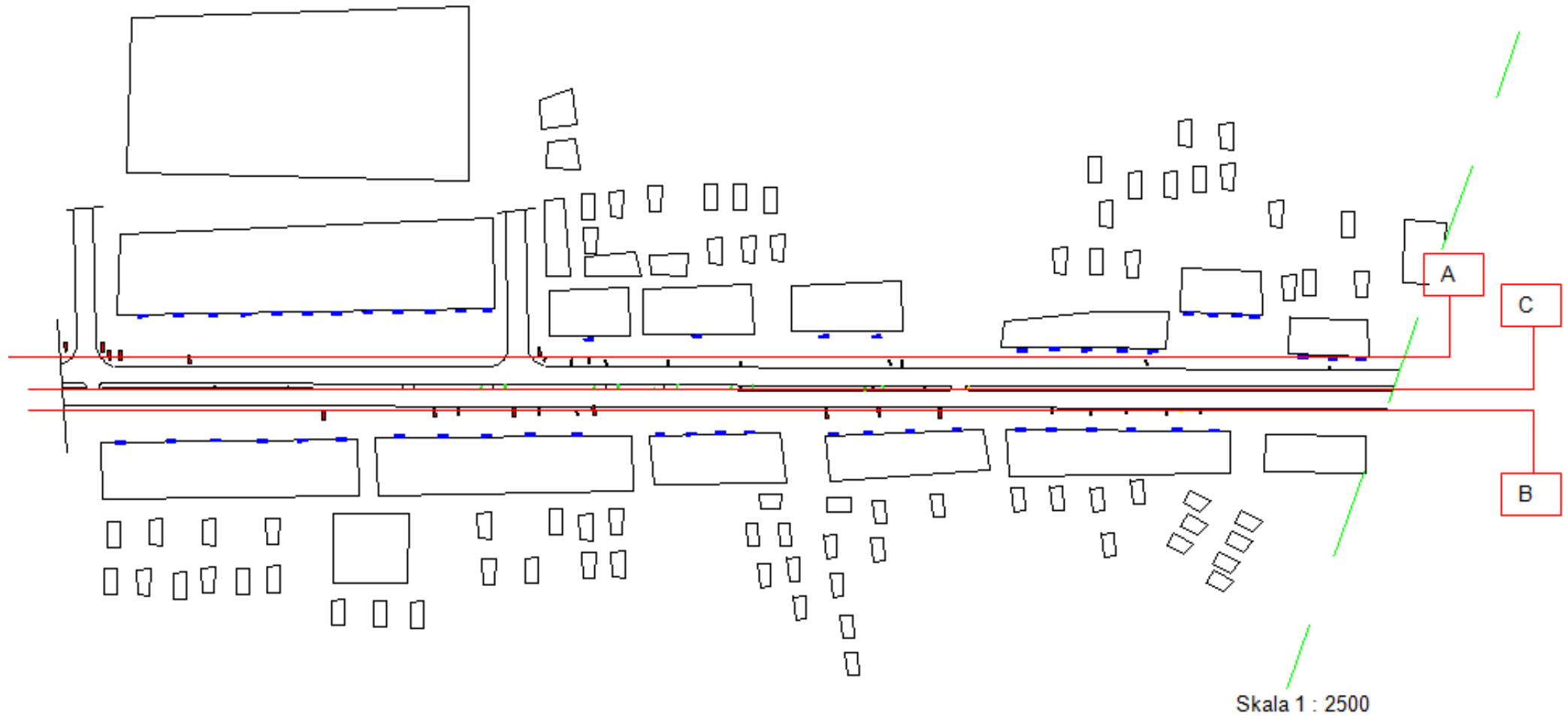
Pada area ini banyak terdapat *sigange* dengan sifat permanen maupun temporer dimana memiliki jarak yang berbeda tiap pemasangannya dan tidak berpola. Padahal dalam perda pasal 10 ayat 1 sudah menjelaskan, untuk reklame jenis ini jarak antar reklame paling dekat 4m

Tampak B



Gambar 5.49 : Tampak B (Bagian 2)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

c. Bagian 3



Gambar 5.50 : Pembagian *Signage* Bagian 3
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

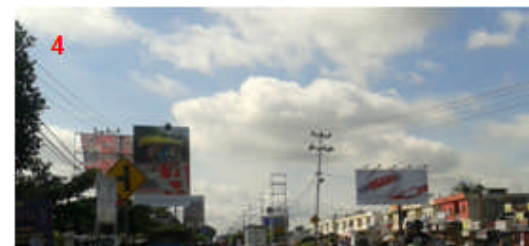
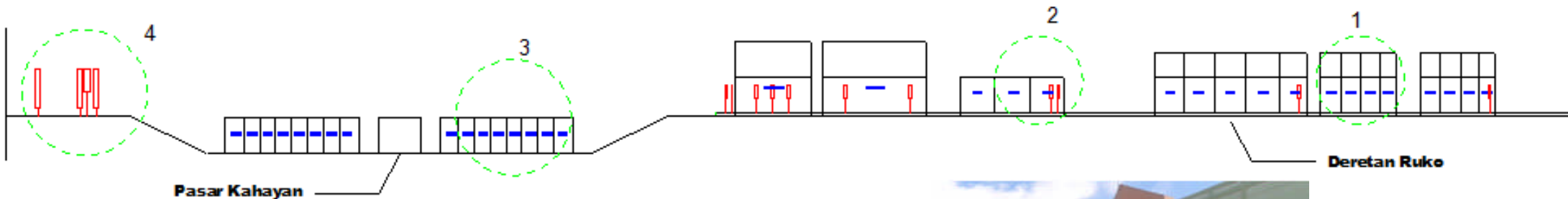
Pada Area 1, 2, dan 3

Pada area ini banyak terdapat *sigange* sebagai jati diri pada bangunan tersebut, dimana pada satu bangunan terdapat bangunan yang menggunakannya lebih dari satu *sigange* dan pemasangannya ada yang menggunakan tali dan diikatkan ke sembarang tempat. Seharusnya pemerintah juga mengeluarkan perda dalam pengaturan pemasangan *sigange* jenis ini. Untuk kondisi ini masih terkesan semrawut, dalam hal pemasangan menghilangkan estetika bangunan secara keseluruhan.

Pada Area 4

Pada area ini banyak terdapat papan reklame pada satu titik ini dengan bentuk, ukuran dan ketinggian yang berbeda sehingga ini dapat mengaburkan informasi yang disampaikan. Seharusnya pada satu titik tersebut hanya dipasang beberapa papan reklame dengan jarak yang sama, bentuk, ukuran, dan ketinggian yang sama sehingga tidak ada yang saling mendominasi antara satu reklame dengan reklame yang lain dan juga menciptakan keseragaman antara papan reklame tersebut.

Tampak A

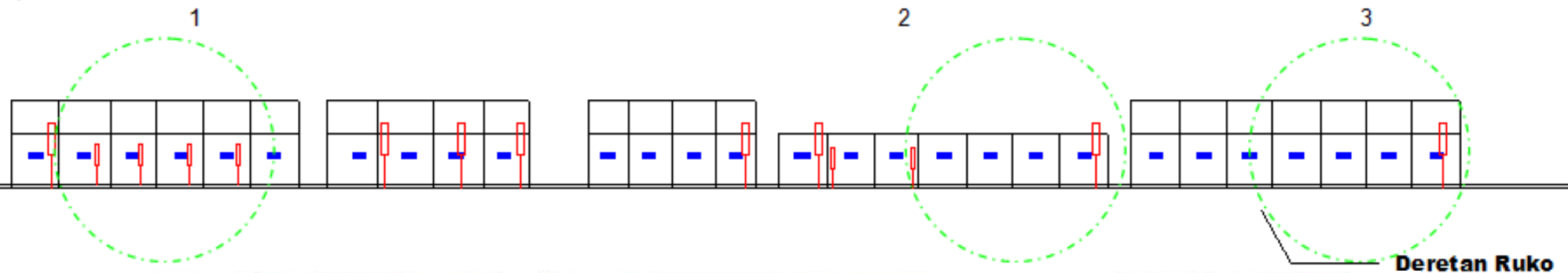


Gambar 5.51 : Tampak A (Bagian 3)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Pada Area 1, 2, dan 3

- Pada area ini banyak terdapat *sigange* sebagai jati diri pada bangunan tersebut, dimana pada satu bangunan terdapat bangunan yang menggunakannya lebih dari satu sigange. Untuk kondisi ini masih terkesan semrawut, dalam hal pemasangan papan reklame, seharusnya tidak boleh menghilangkan estetika bangunan secara keseluruhan. Pemasangannya ada yang menggunakan tali dan diikatkan ke sembarang tempat. reklame ini juga banyak digunakan oleh bangunan yang bersifat komersil. Seharusnya pada bangunan yang bersifat komersil tidak perlu sampai memasang *signage* lebih dari 1, sehingga tetap menjaga estetika dari bangunan mereka.
- Pada area ini juga terdapat papan reklame dengan bentuk, ukuran dan ketinggian yang berbeda. Seharusnya pada papan reklame ini dibuat serupa dalam bentuk, ukuran, dan ketinggian terlihat lebih harmonis dengan kesamaan bentuk, ukuran, dan ketinggiannya serta dapat menampilkan karakter suatu tempat.

Tampak B



Gambar 5.52 : Tampak B (Bagian 3)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Pada Area 1, 2, dan 3

- Pada area ini banyak terdapat *signage* sebagai jati diri pada bangunan tersebut, dimana pada satu bangunan terdapat bangunan yang menggunakannya lebih dari satu signage. Untuk kondisi ini masih terkesan semrawut, dalam hal pemasangan papan reklame, seharusnya tidak boleh menghilangkan estetika bangunan secara keseluruhan. Pemasangannya ada yang menggunakan tali dan diikatkan ke sembarang tempat. reklame ini juga banyak digunakan oleh bangunan yang bersifat komersil. Seharusnya pada bangunan yang bersifat komersil tidak perlu sampai memasang *signage* lebih dari 1, sehingga tetap menjaga estetika dari bangunan mereka.
- Pada area ini juga terdapat papan reklame dengan bentuk, ukuran dan ketinggian yang berbeda. Seharusnya pada papan reklame ini dibuat serupan dalam bentuk, ukuran, dan ketinggian terlihat lebih harmonis dengan kesamaan bentuk, ukuran, dan ketinggiannya serta dapat menampilkan karakter suatu tempat.

Tampak C



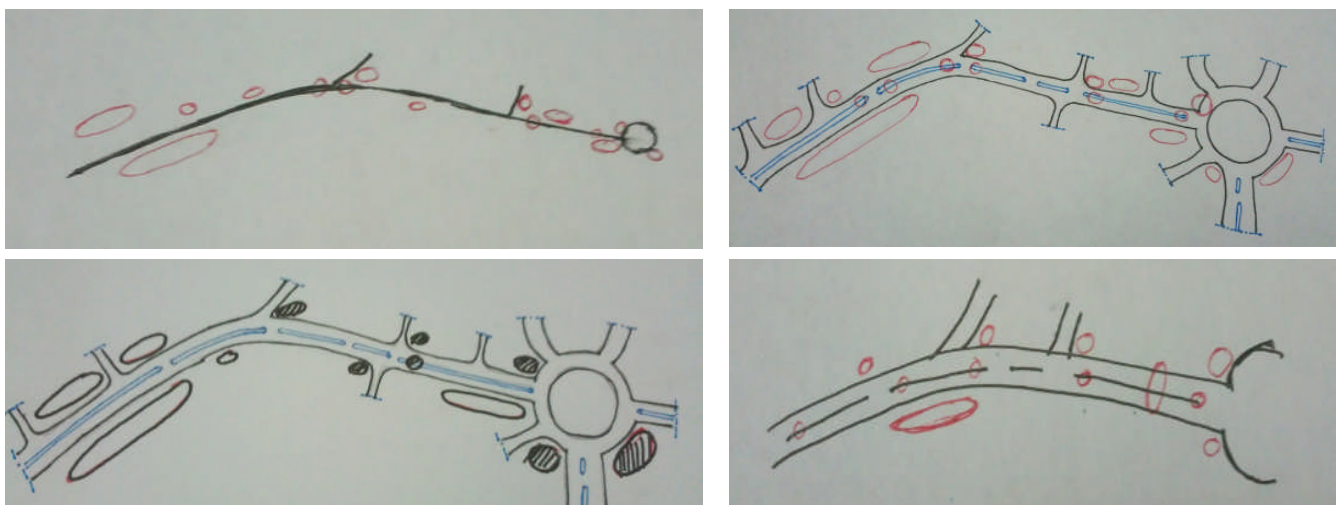
Gambar 5.53 : Tampak C (Bagian 3)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

5. 7. Metode Peta Mental

Peta mental adalah salah satu teknik yang dipakai Kevin Lynch untuk mengidentifikasi elemen-elemen perkotaan yang kuat pada tiga kota di Amerika. Lynch perlu beberapa tahun untuk merumuskan konsep elemen perkotaan yang bisa diidentifikasi oleh warganya, yang pada akhirnya dirumuskan teknik penggambaran peta mental dan fokus grup menjadi teknik yang tepat.

Peta mental adalah visualisasi peta di lingkungan tertentu oleh responden. Penggambaran ini diharapkan mampu menangkap keberadaan *signage* di jalan Tjilik Riwut, yaitu *signage* yang paling mudah diingat oleh seseorang dalam beraktifitas dilingkungannya.

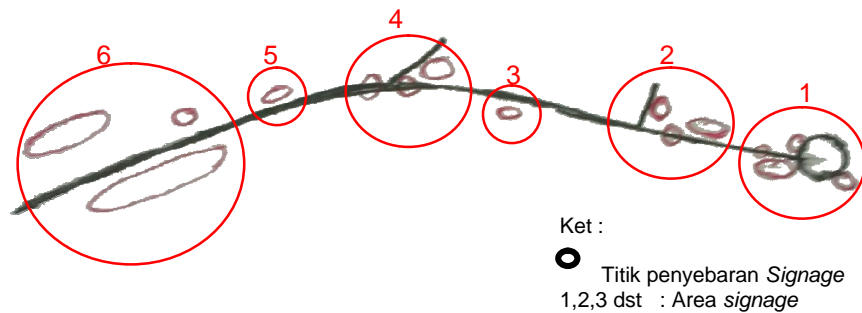
Kemampuan tiap orang dalam mengidentifikasi di lingkungannya sangat berlainan dan dipengaruhi oleh banyak faktor. Dari keberlainan inilah terdapat keberadaan *signage* yang dianggap memiliki kesepakatan publik, disini di nyatakan bahwa keberadaan tanda-tanda yang merupakan kesepakatan publik inilah yang dianggap terkuat dari lingkungan tersebut.



Gambar 5.54 : Peta Mental Responden Masyarakat (kiri atas), Responden Pemerintah (kanan atas), Responden Arsitektur (kiri bawah), Responden Penyedia Jasa Reklame (kanan bawah)

Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

5. 7. 1. Analisa Peta Mental



Gambar 5.55 : Analisa Peta Mental
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Dari Peta mental responden masyarakat dapat dilihat pada gambar dibawah ini, *signage* yang terdapat pada beberapa area berada pada zona pedestrian, zona lalu lintas dan zona advertensi. Area ini digunakan untuk area penempatan *signage* yang informatif.

Pada tabel 5.10 ini sifat dan lokasi signage yang berada pada beberapa area Peta mental responden masyarakat;

Tabel 5.10
 Tabel Sifat *Signage* dan Lokasi

| Area | Sifat Signage | Lokasi (penempatan) |
|---|----------------|---|
| 1 | sifat permanen | zona pedestrian, zona lalu lintas, dan zona advertensi. |
| <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  Zona Pedestrian </div> <div style="text-align: center;">  Zona Lalu Lintas </div> <div style="text-align: center;">  Zona Advertensi </div> </div> <p>Pada area ini terdapat beberapa <i>signage</i> pada zona pedestrian, lalu lintas, dan advertensi yang dapat dilihat pada gambar di atas, dimana pada zona pedestrian menjadi yang dominan pada area ini. Diperlukan penataan pada zona pedestrian dengan menata bentuk, ukuran, dan jarak antar <i>signage</i> dan advertensi agar lebih terlihat rapi dan harmonis antar tiap <i>signage</i>.</p> | | |

2 sifat permanen dan temporer

Zona pedestrian, zona lalu lintas, dan zona advertensi.



Zona Pedestrian



Zona Lalu Lintas



Zona Advertensi

Untuk area ini banyak terdapat *signage* dengan zona pedestrian, lalu lintas, dan advertensi, dimana untuk zona pedestrian yang di tempatkan pada persimpangan jalan dengan sifat *signage* yang permanen, zona lalu lintas yang seharusnya sebagai kontrol dan pergerakan lalu lintas dan sirkulasi, namun pada locus penelitian banyak terdapat *signage* untuk promosi barang dan jasa dengan sifat temporer. Untuk zona advertensi juga banyak terlihat karena pada area ini banyak terdapat deretan ruko yang berfungsi sebagai tempat komersil, yang dapat terlihat pada fasade bangunan dimana sebagai penanda/ identitas untuk bangunan tersebut.

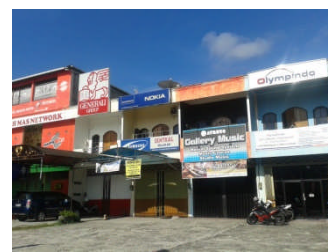
Diperlukan penataan pada zona pedestrian dengan bentuk, ukuran maupun jarak dan advertensi agar menggunakan *signage* sampai menutupi fasade bangunan, serta penataan *signage* dengan sifat temporer pada zona lalu lintas.

3 sifat permanen

Zona pedestrian dan zona advertensi.



Zona Pedestrian



Zona Advertensi

Pada area ini hanya ada beberapa *signage* yang terlihat, terdapat pada zona pedestrian dan advertensi, dimana pada area ini hanya sedikit bangunan yang diperuntukan sebagai penyedia barang dan jasa sehingga *signage* tidak terlalu banyak ditemukan pada area ini.

Diperlukan penataan pada zona pedestrian dan advertensi agar lebih terlihat rapi dan harmonis antar tiap *signage*.

4 sifat permanen dan temporer

Zona pedestrian dan zona lalu lintas.



Zona Lalu Lintas



Zona Pedestrian

Pada area ini hanya ada beberapa *sigange* yang terlihat, terdapat pada zona pedestian dan advertensi, dimana pada area ini hanya sedikit bangunan yang diperuntukan sebagai penyedia barang dan jasa sehingga *sigange* tidak terlalu banyak ditemukan pada area ini.

Diperlukan penataan pada zona pedestrian dengan bentuk dan ukuran *signage* yang sesuai dengan lingkungan sekitar dan lalu lintas agar ditata terlihat rapi dan harmonis antar tiap *signage*.

5 sifat permanen

Zona pedestrian dan zona advertensi.



Zona Pedestrian



Zona Advertensi

Pada area ini hanya ada beberapa *sigange* yang terlihat, terdapat pada zona pedestian dan advertensi, dimana pada area ini hanya sedikit bangunan yang diperuntukan sebagai penyedia barang dan jasa sehingga *sigange* tidak terlalu banyak ditemukan pada area ini. Namun pada area ini lebih banyak *signage* pada zona advertensi dimana dapat dilihat pada fasade bangunan dimana sebagai penanda/ identitas untuk bangunan tersebut. Pada zona advertensi ini diperlukan penataan *signage* yang tidak mengganggu fasade bangunan agar tidak menghilangkan estetika dari bangunan itu sendiri.



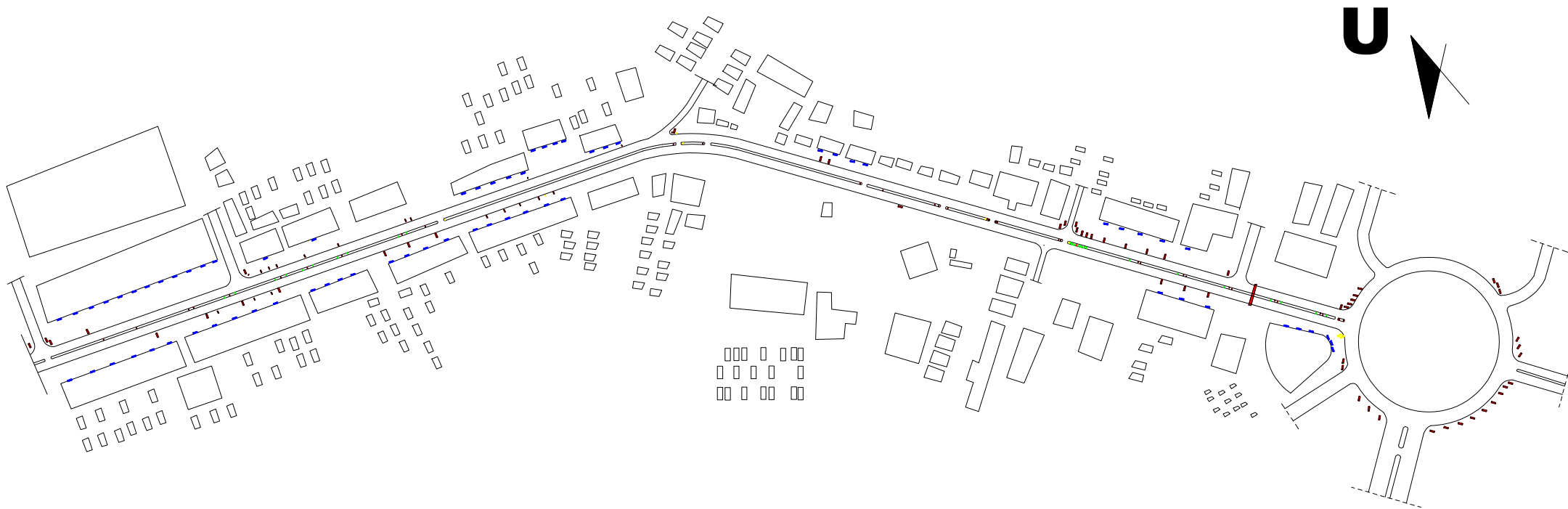
Zona Pedestrian



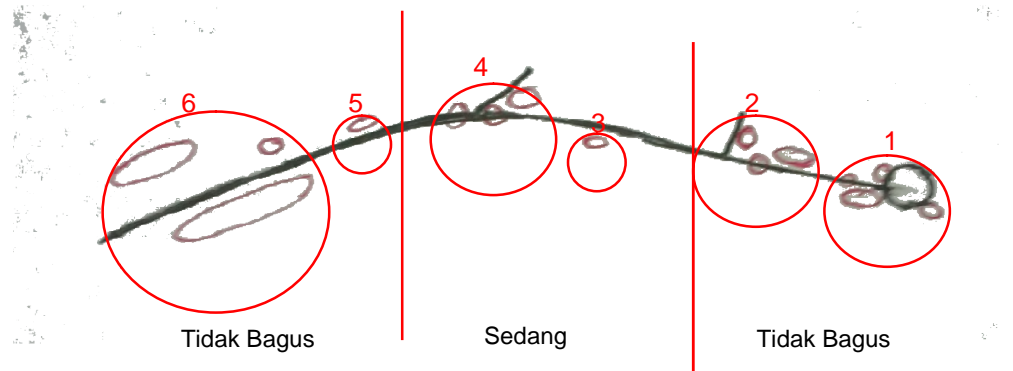
Zona Advertensi

Pada area ini *sigange* yang terlihat, terdapat pada zona pedestian dan advertensi. Untuk zona pedestian ada beberapa *sigange* yang terpasang namun keberadaannya masih sedikit, namun sebaliknya pada area ini *sigange* lebih banyak terlihat pada zona advertensi. Dimana pada zona advertensi dapat kita jumpai *sigange* yang terpasang pada fasade bangunan maupun didepan bangunan. Ini dikarenakan pada area ini di dominasi bangunan ruko yang berfungsi sebagai bangunan komersil sehingga masing-masing pemilik bangunan menggunakan *sigange* sebagai sebagai penanda/ identitas untuk bangunan tersebut. Oleh karena itu pada area ini banyak dijumpai *signage* pada zona advertensi. Pada zona advertensi ini diperlukan penataan *signage* yang tidak mengganggu fasade bangunan agar tidak menghilangkan estetika dari bangunan itu sendiri dan pada zona pedestrian lebih di tata lagi agar terlihat rapi serta harmonis antar *signage*.

Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014



Gambar 5.56 : Penyebaran Titik *Signage* Pada Locus Penelitian
Sumber : Hasil Survey, 2014



Gambar 5.57 : Penyebaran *Signage* dilihat dari Peta Mental
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

a. Responden Masyarakat

Dari analisa peta mental pada responden masyarakat dapat diketahui bahwa sifat signage yang mendominasi menurut masyarakat yaitu *signage* yang berada pada zona pedestrian dan advertensi dengan penempatan yang strategis dan informatif untuk masyarakat.

Masyarakat menilai keberadaan *signage* di jalan Tjilik Riwut sudah dalam kondisi jenuh, karena jumlah *signage* di Jalan Tjilik Riwut baik yang komersial maupun non-komersial jumlahnya sudah sangat banyak sehingga menimbulkan kesan kumuh dan tidak teratur. Masyarakat menghendaki keberadaan *signage* yang tidak mengganggu keselamatan, dapat menambah keindahan kota dan teratur tata letaknya.

Bentuk *signage* di sepanjang Jalan Tjilik Riwut adalah biasa, jauh dari karakter seni budaya yang melekat pada identitas Kota Palangka Raya. Dilihat dari penampilannya *signage* di jalan Tjilik Riwut masyarakat menilai tidak menarik, masih belum meningkatkan keindahan kota Palangka Raya.

Sedangkan dilihat dari kesesuaian ukurannya, masyarakat menilai banyak keseragaman antara satu *signage* dengan *signage* lainnya sehingga menghasilkan visual yang kacau. Selanjutnya dilihat dari kesesuaian penempatannya *signage* di jalan Tjilik Riwut, masyarakat menilai sedikit tidak teratur dan kalau dilihat dari kesesuaian penempatan dengan lingkungannya masyarakat di jalan Tjilik Riwut menilai tidak baik. Apalagi terkadang kalau ada even atau acara tertentu dalam satu titik bisa banyak *signage* dengan berbagai informasi.

Penilaian masyarakat Kota Palangka Raya terhadap keberadaan *signage* secara umum dapat dikatakan sangat kurang. Pada peta mental yang di gambarkan masyarakat, keberadaan *signage* di jalan Tjilik Riwut cenderung berada di titik yang sama ini dimungkinkan karena posisi yang strategis untuk memasang *signage* dari berbagai pihak yang ingin mempromosikan barang dagangan maupun jasa, posisi yang paling sering dipasang *signage* antara lain pada zona pedestrian maupun di zona advertensi. Sehingga informasi apa yang disampaikan isi dari tujuan *signage* kurang tersampaikan kepada masyarakat kota Palangka Raya.

b. Responden Pemerintah

Dari analisa peta mental dari responden pemerintah dapat diketahui bahwa penilaian pemerintah Kota Palangka Raya terhadap *signage* secara umum dapat dikatakan sudah mulai membaik. Disini dari pihak pemerintah sudah berusaha sebaik mungkin untuk menata *signage* yang berada pada jalan Tjilik Riwut dan baru-baru ini juga pemerintah juga sudah menertibkan beberapa *signage* disejumlah titik pada jalan Tjilik Riwut karena papan reklame tersebut tidak memiliki izin.

Pada penataan *signage* ini yang menjadi masalah adalah pemasangan *signage* yang bersifat temporer dengan durasi waktu harian, mingguan dan bulanan. Yang termasuk *signage* ini adalah;

- *Signage* yang meliputi spanduk, umbul-umbul, cover board, banner.
- *Signage* yang terbuat dari bahan triplek atau sejenisnya selanjutnya disebut baliho.
- *Signage* lainnya termasuk selebaran.

Kerap kali *signage* jenis ini di jalan Tjilik Riwut menunjukkan kecenderungan kesemrawutan karena kurang tempat-tempat khusus untuk memasang *signage* jenis ini dan dalam Keputusan Walikota tidak ada pasal yang mengatur tentang

signage jenis ini. Persaingan untuk memasang pada tempat yang dianggap strategis ini menyebabkan *signage* jenis ini sering kali menggunakan jalur hijau dan median jalan disepanjang jalan Tjilik Riwut sehingga sangat memperburuk keindahan kota.

c. Responden Arsitektur

Melihat kondisi dilapangan dapat dilihat bahwa banyak sekali keberadaan *signage* yang melanggar prinsip estetika kota meliputi nilai keindahan, keselamatan dan efektivitas, pelanggaran ini yang banyak terjadi dipengaruhi belum kuatnya aturan dan perangkat pelaksana dilapangan seperti dinas terkait dalam melindungi kepentingan estetika kota terhadap kepentingan ekonomi harus sejalan dan harus seimbang. Jika semua bersama dan berjalan pasti permasalahan ini bisa diatasi karena bersama itu lebih baik dari pada sendiri.

Sering kali juga akibat pelanggaran tersebut banyak penumpukan pada titik-titik tertentu dan *signage* yang sering dijumpai pada zona pedestrian maupun advertensi dimana pada zona ini bisa menumpuk pada satu titik, karena pada titik tersebut dianggap strategis. Penumpukan *signage* pada zona ini mengakibatkan informasi yang ingin disampaikan

pada masyarakat tidak sampai akibat menumpuknya reklame pada satu titik.

d. Responden Penyedia Jasa Reklame

Dalam peta mental terdapat titik-titik *signage* pada jalan Tjilik Riwut yang sering dijumpai apabila kita melintasi jalan tersebut. Pada jalan Tjilik Riwut memang menjadi tempat yang strategis dalam memasang *signage* karena jalan tersebut merupakan tempat perdangan dan jasa. Pada saat penyedia jasa reklame memasang *signage* yang bersifat permanen mereka lebih cenderung menempatkannya pada zona pedestrian maupun zona advertensi yang dianggap strategis oleh mereka itupun setelah mendapat persetujuan izin dari pemerintah kota. Namun persaingan antara penyedia jasa reklame terkadang mereka saling memperebutkan tempat yang dianggap strategis sehingga pada titik tersebut dapat ditemukan beberapa papan reklame yang saling berdekatan sehingga terjadinya tumpang tindih pada papan reklame yang lainnya hanya untuk mengeruk keuntungan dari pemasaran iklan yang mereka tampilkan, sehingga mereka sering mengabaikan dari keindahan maupun efektivitas *signage* yang mereka pasang.

Kondisi jalan-jalan tersebut dikatakan mempunyai nilai kriteria strategis reklame yang selanjutnya disebut nilai

strategis yang menurut Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2012 tentang pajak reklame adalah nilai yang ditetapkan berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota dilihat dari berbagai aspek dibidang kegiatan usaha sedangkan titik-titik strategis pemasangan reklame adalah suatu titik lokasi yang mempunyai nilai jual tertentu atau khusus. Pengelolaan reklame di Kota Palangka Raya, diatur dalam Peraturan Daerah No. 4 tahun 2012 tentang Pajak Reklame dan Keputusan Walikota Palangka Raya No. 5 tahun 2014 tentang Perubahan Keputusan Walikota No. 03/DRT//2012 tentang Pedoman Pelaksanaan Reklame. Berdasarkan kedua peraturan daerah tersebut, penyelenggara reklame (perorangan maupun badan hukum) dapat memasang reklame di mana saja. Tidak ada ketentuan yang membatasi suatu kawasan tidak boleh dipasang reklame (*white area*) maupun kawasan yang terbatas pemasangan reklame.

Menurut penyedia jasa reklame akar dari permasalahan tersebut diatas, karena pemerintah Kota Palangka Raya tidak mempunyai *master plan/grand design* tentang *signage* yang mengatur daerah mana yang boleh dipasang *signage* dan daerah mana yang tidak boleh dipasang *signage*. Hal tersebut juga di iytakan oleh Tim Penataan Reklame Kota

Palangka Raya, dengan meningkatnya kondisi ekonomi kota maka persaingan memperebutkan pasar di Kota Palangka Raya akan terus meningkat. Kalau tidak dibarengi dengan pengelolaan yang maksimal, potensi tersebut akan sia-sia dan *signage* hanya akan jadi hutan kota yang tanpa ada kontribusinya bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Tabel 5.11
Prioritas Utama dalam Penataan Signage

| Elemen (Aspek) | Penilai | | | | |
|--------------------|---|---|--|---|--|
| | Masyarakat | | Pemerintah | Arsitektur | Penyedia Jasa Reklame |
| | Pengedara Kendaraan | Pejalan kaki | | | |
| Keindahan | <ul style="list-style-type: none"> • Penempatan <i>signage</i> dalam ruang koridor jalan | <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah <i>signage</i> yang terdapat dalam satu koridor jalan | <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah <i>signage</i> yang terdapat dalam satu koridor jalan • Penempatan <i>signage</i> dalam ruang koridor jalan | <ul style="list-style-type: none"> • Penempatan <i>signage</i> dalam ruang koridor jalan • Besar/ kecilnya ukuran <i>signage</i> • Jumlah <i>signage</i> yang terdapat dalam satu koridor jalan | <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah <i>signage</i> yang terdapat dalam satu koridor jalan • Besar/ kecilnya ukuran <i>signage</i> • Desain konstruksi |
| Keselamatan | <ul style="list-style-type: none"> • Penempatan <i>signage</i> dalam ruang koridor jalan • Desain konstruksi • Besar/ kecilnya ukuran <i>signage</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Desain konstruksi • Besar/ kecilnya ukuran <i>signage</i> • Penempatan <i>signage</i> dalam ruang koridor jalan | <ul style="list-style-type: none"> • Desain konstruksi • Jumlah <i>signage</i> yang terdapat dalam satu koridor jalan • Besar/ kecilnya ukuran <i>signage</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Besar/ kecilnya ukuran <i>signage</i> • Jumlah <i>signage</i> yang terdapat dalam satu koridor jalan • Penempatan <i>signage</i> dalam ruang koridor jalan • Desain konstruksi | <ul style="list-style-type: none"> • Desain konstruksi |
| Keefektifan | <ul style="list-style-type: none"> • Besar/ kecilnya ukuran <i>signage</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Penempatan <i>signage</i> dalam ruang koridor jalan | <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah <i>signage</i> yang terdapat dalam satu koridor jalan • Penempatan <i>signage</i> dalam ruang koridor jalan | <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah <i>signage</i> yang terdapat dalam satu koridor jalan • Penempatan <i>signage</i> dalam ruang koridor jalan • Besar/ kecilnya ukuran <i>signage</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Besar/ kecilnya ukuran <i>signage</i> |

5. 8. Temuan

Dari hasil analisis ada beberapa hal yang dapat disimpulkan mengenai persepsi masyarakat terhadap keberadaan tanda-tanda (*signage*) pada jalan Tjilik Riwut Palangka Raya yaitu:

1. Hasil pengolahan data yang didapat dari kuesioner yang dibagikan kepada responden menghasilkan bahwa :

a. Persepsi masyarakat

- Pada faktor internal dimana faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu masing-masing orang. Pada keberadaan dari *signage* pada jalan Tjilik Riwut dirasa sedang, dimana masyarakat kota Palangka Raya menilai bahwa mereka masih belum puas terhadap keberadaan *signage* yang ada di kota Palangka Raya. Ini terlihat dalam keberadaan *signage* ini hanya mementingkan kepentingan pribadi, tanpa memperhatikan lingkungan sekitar maupun masyarakat publik sehingga mungkin kelak kota Palangka Raya akan menjadi hutan reklame. Masyarakat ingin keberadaan *signage* jauh lebih baik dari saat ini dan dapat menciptakan visual yang menarik bagi jalan Tjilik Riwut.
- Pada faktor eksternal rata-rata masyarakat menganggap kurang baik, dilihat dari bentuk, ukuran maupun jarak *signage* saat ini sangat beragam sehingga tidak

menciptakan keharmonisan pada setiap *signage* dan tidak meratanya penyebaran *signage* dimana dapat dilihat terjadi penumpukan pada satu titik

b. Keberadaan Tanda-Tanda (*Signage*)

- Keindahan, rata-rata masyarakat palangkaraya menganggap *signage* yang terdapat di jalan Tjilik Riwut dirasa kurang baik dimana dapat dilihat dari bentuk, ukuran, maupun jarak pemasangan *sigange* masih belum tertata dengan baik.
 - Keselamatan, untuk *signage* yang terdapat pada jalan Tjilik Riwut dari segi keselamatan pada pemasangannya masyarakat menilai cukup baik.
 - Efektivitas, keberadaan *signage* di jalan Tjilik Riwut rata-rata masyarakat menganggap bahwa kurang, karena masyarakat menilai banyak *signage* yang menumpuk pada satu titik sehingga informasi yang disampaikan dari *sigange* itu sendiri masih belum tersampaikan secara keseluruhan.
2. Berdasarkan analisa peta mental yang dilakukan untuk mengetahui persepsi mereka terhadap keberadaan *signage* pada jalan Tjilik Riwut.

a. Responden masyarakat

- Posisi yang paling sering dipasang *signage* antara lain pada persimpangan jalan, *traffic light*, maupun di median jalan.
- Dilihat dari penampilannya *signage* di jalan Tjilik Riwut masyarakat menilai tidak menarik, dilihat dari apakah dapat menambah estetika kota masyarakat menilai bahwa keberadaan *signage* di sepanjang jalan Tjilik Riwut masih belum meningkatkan keindahan kota Palangka Raya. Sedangkan dilihat dari kesesuaian ukurannya, masyarakat menilai tidak ada keseragaman antara satu *signage* dengan *signage* lainnya. Selanjutnya dilihat dari kesesuaian penempatannya *signage* di jalan Tjilik Riwut, masyarakat menilai sedikit tidak teratur dan kalau dilihat dari kesesuaian penempatan dengan lingkungannya masyarakat di jalan Tjilik Riwut menilai tidak baik.
- Terkadang kalau ada even atau acara tertentu dalam satu titik bisa banyak *signage* dengan berbagai informasi. Sehingga informasi apa yang disampaikan isi dari tujuan *signage* kurang tersampaikan kepada masyarakat kota Palangka Raya.

b. Responden Pemerintah

- Penilaian pemerintah Kota Palangka Raya terhadap *signage* secara umum dapat dikatakan sudah mulai membaik.
- Pada penataan *signage* ini yang menjadi masalah adalah pemasangan *signage* yang bersifat temporer dengan durasi waktu harian, mingguan dan bulanan. Kerap kali *signage* yang bersifat temporer di jalan Tjilik Riwut menunjukkan kecenderungan kesemrawutan karena kurang tempat-tempat khusus untuk memasang *signage* jenis ini
- Dalam Keputusan Walikota tidak ada pasal yang mengatur tentang *signage* jenis ini.

c. Responden Arsitektur

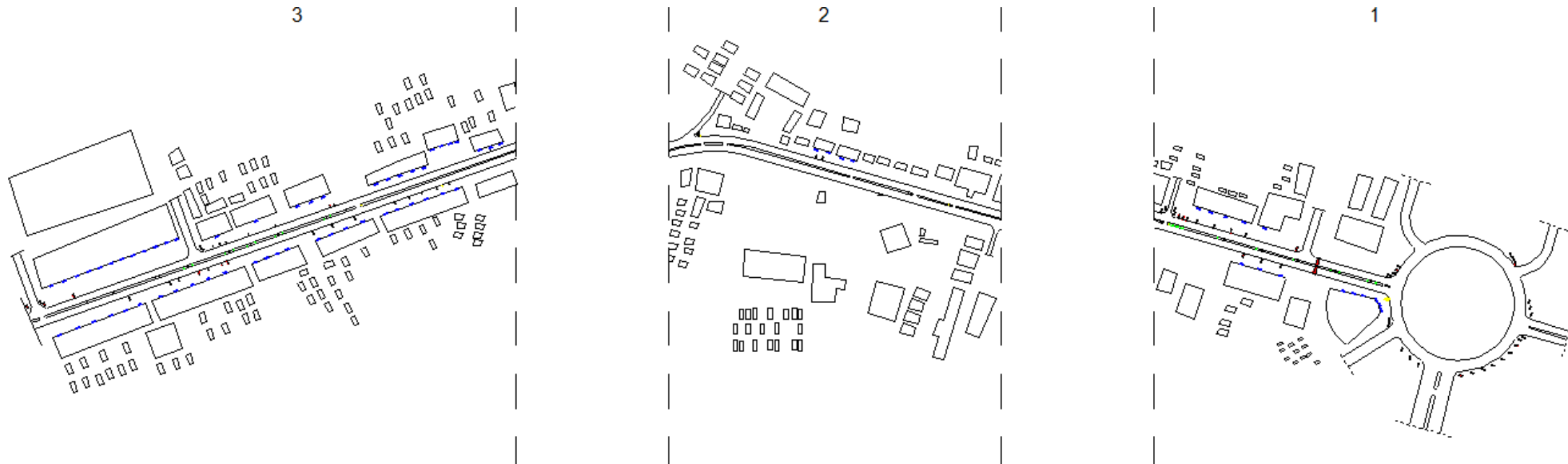
- Banyak sekali *signage* yang melanggar prinsip estetika kota meliputi nilai keindahan, keselamatan dan efektivitas
- Dalam melindungi kepentingan estetika kota terhadap kepentingan ekonomi harus sejalan dan harus seimbang.
- Sering kali juga akibat pelanggaran tersebut banyak penumpukan pada titik-titik tertentu
- Biasa berada pada persimpangan jalan, *traffic light*, dan median jalan.

- Penumpukan *signage* pada titik-titik ini mengakibatkan informasi yang ingin disampaikan pada masyarakat tidak sampai akibat menumpuknya reklame pada satu titik.

d. Responde Penyedia Jasa Reklame

- Pada jalan Tjilik Riwut lebih dominan pada *signage* yang berada pada bangunan untuk identitas bangunan dan *signage* temporer.
- kebanyakan dari *signage* tersebut berada di tempat yang sama sehingga menjadi menumpuk antara satu *signage* dengan *signage* yang lain.
- Kota Palangka Raya tidak mempunyai *master plan/grand design* tentang *signage* yang mengatur daerah mana yang boleh dipasang *signage* dan daerah mana yang tidak boleh dipasang *signage*.
- Kalau tidak dibarengi dengan pengelolaan yang maksimal, potensi tersebut akan sia-sia dan *signage* hanya akan jadi hutan *signage* yang tanpa ada kontribusinya bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD).

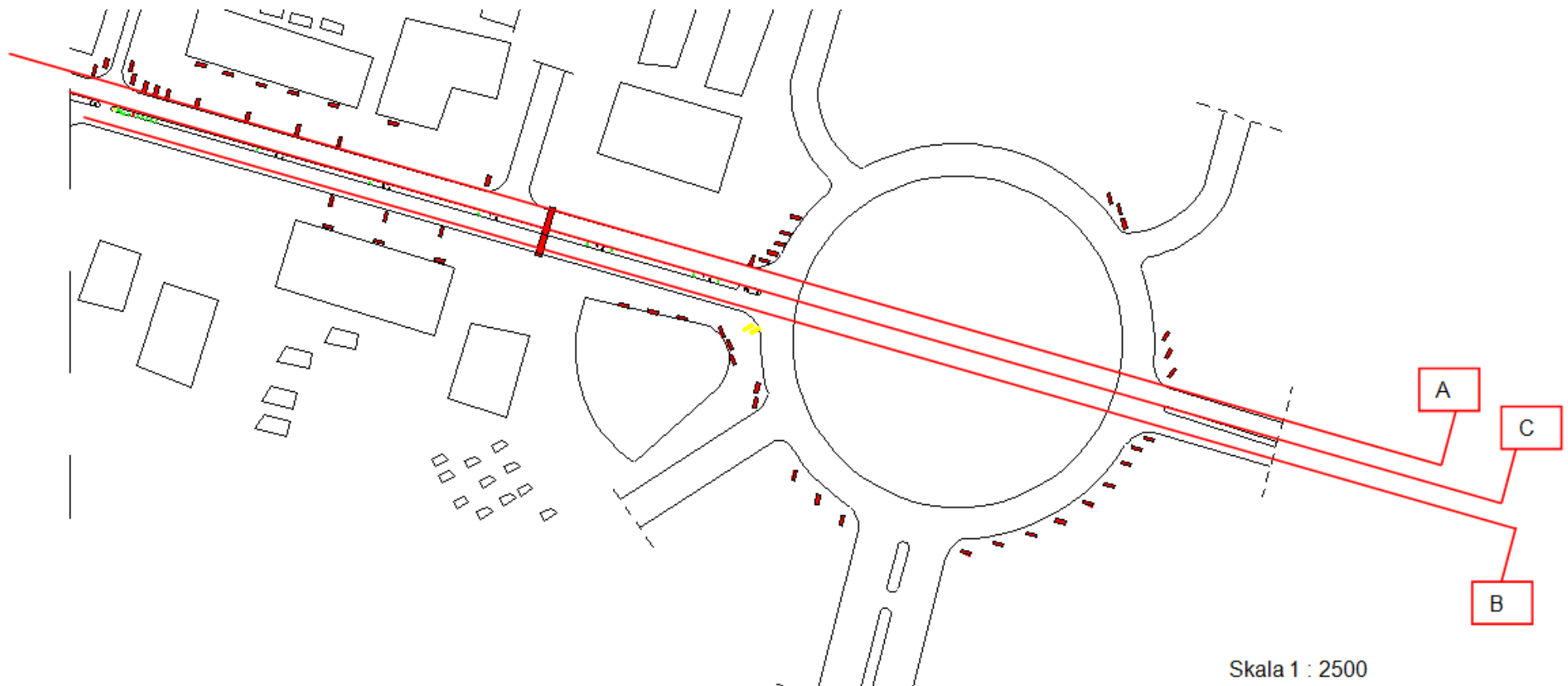
Temuan yang didapat pada lapangan yang di petakan kembali, dimana koridor jalan Tjilik Riwut dibagi menjadi 3 bagian berdasarkan tingkat kepadatan keberadaan *signage* yang dapat dilihat pada gambar 5.45.



Gambar 5.58 : Pembagian *signage*
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Skala 1 : 1000

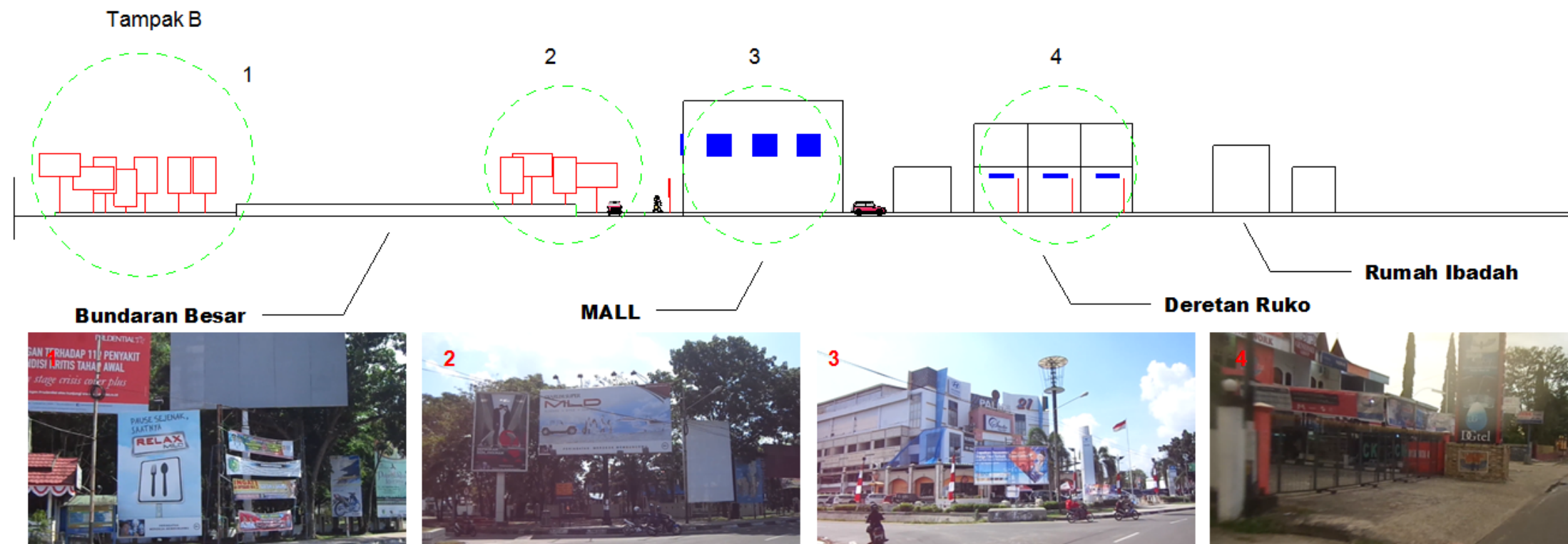
a. Bagian 1



Gambar 5.59 : Pembagian *signage* Bagian 1
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014



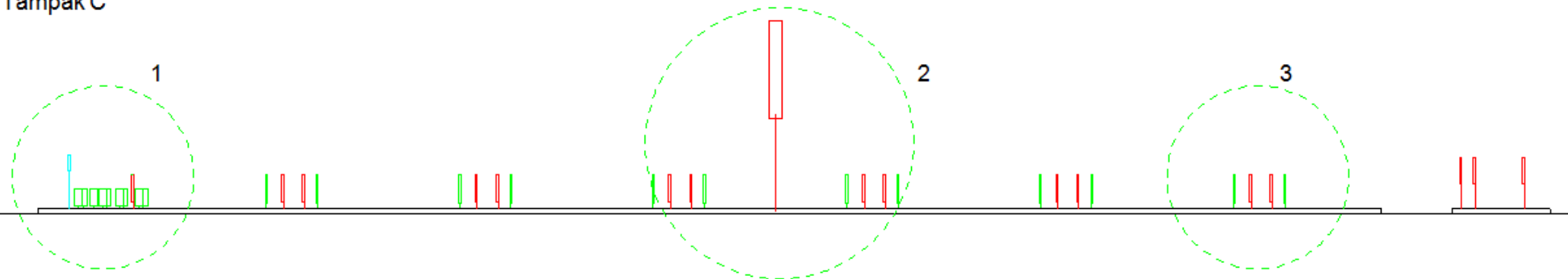
Gambar 5.60 : Tampak A (Bagian 1)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014



Gambar 5.61 : Tampak B (Bagian 1)

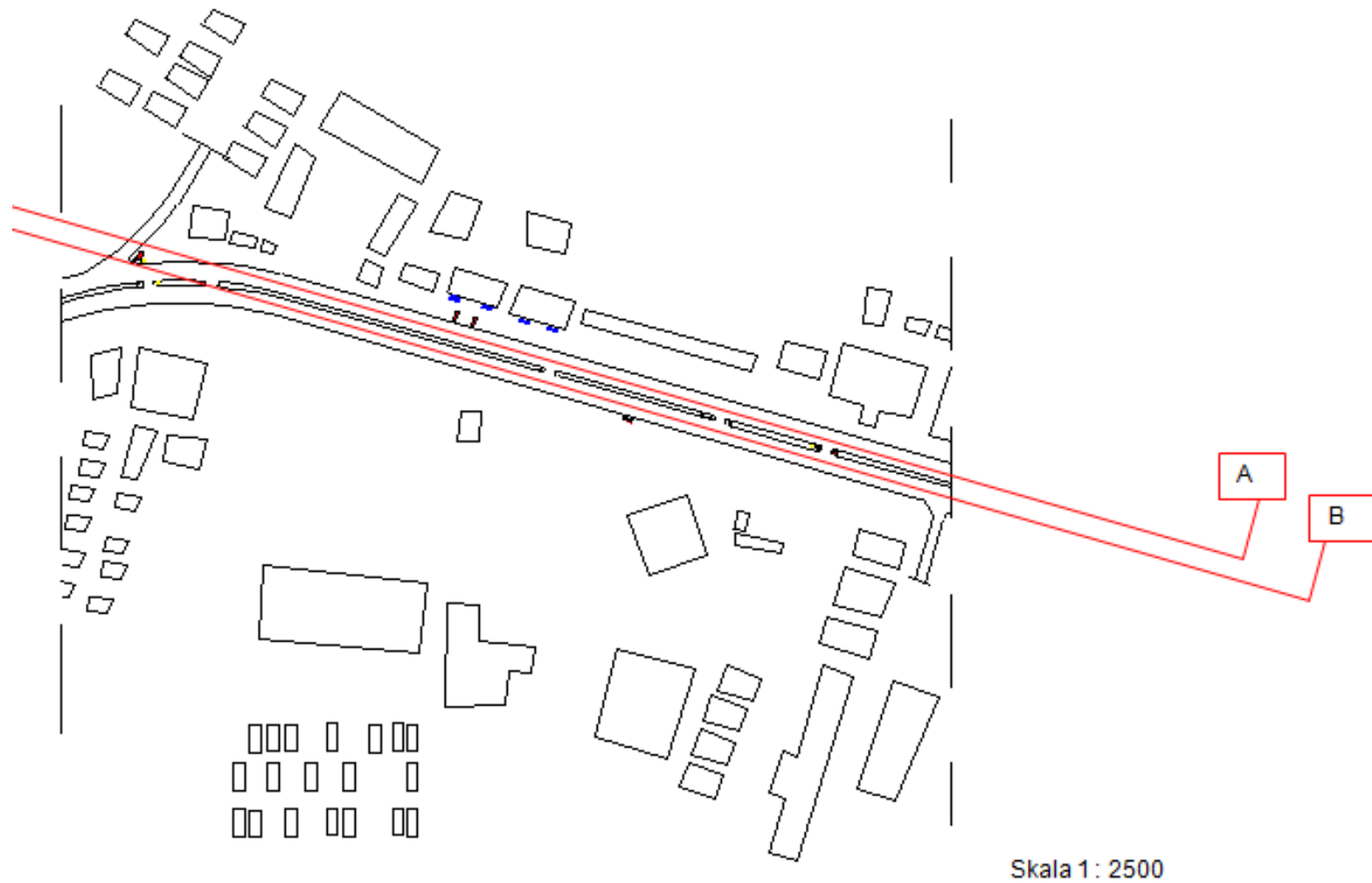
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Tampak C



Gambar 5.62 : Tampak C (Bagian 1)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

b. Bagian 2

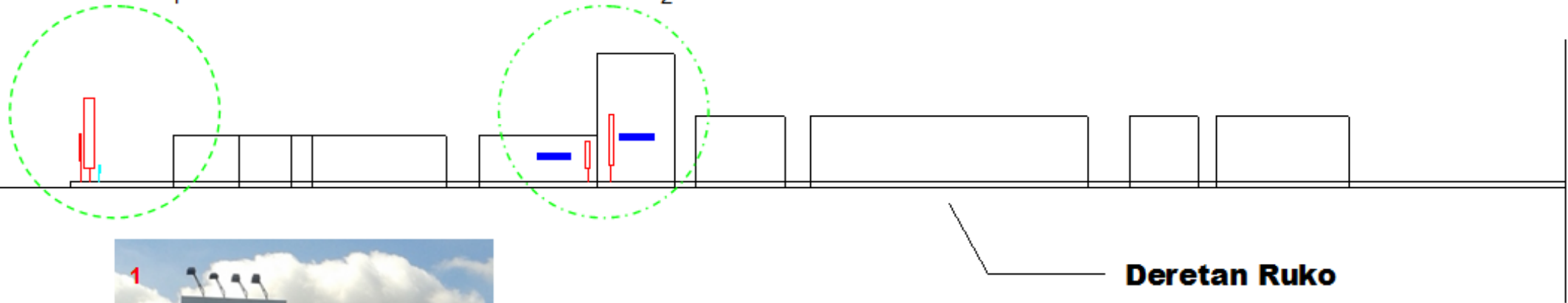


Gambar 5.63 : Pembagian *Signage* Bagian 2
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Tampak A

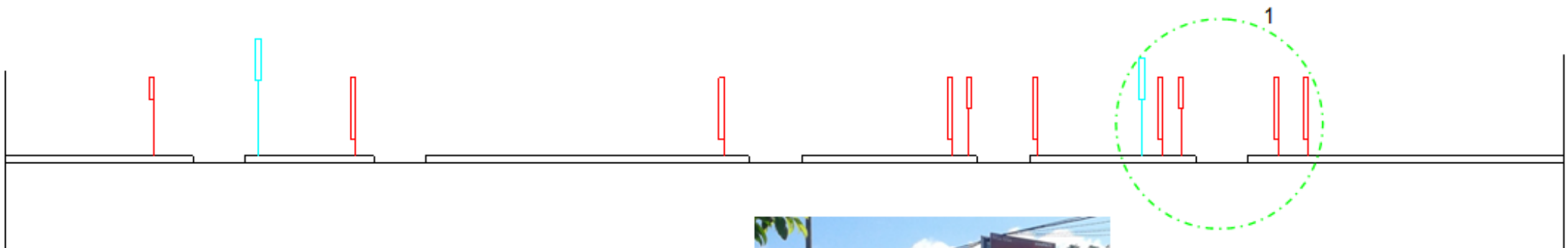
1

2



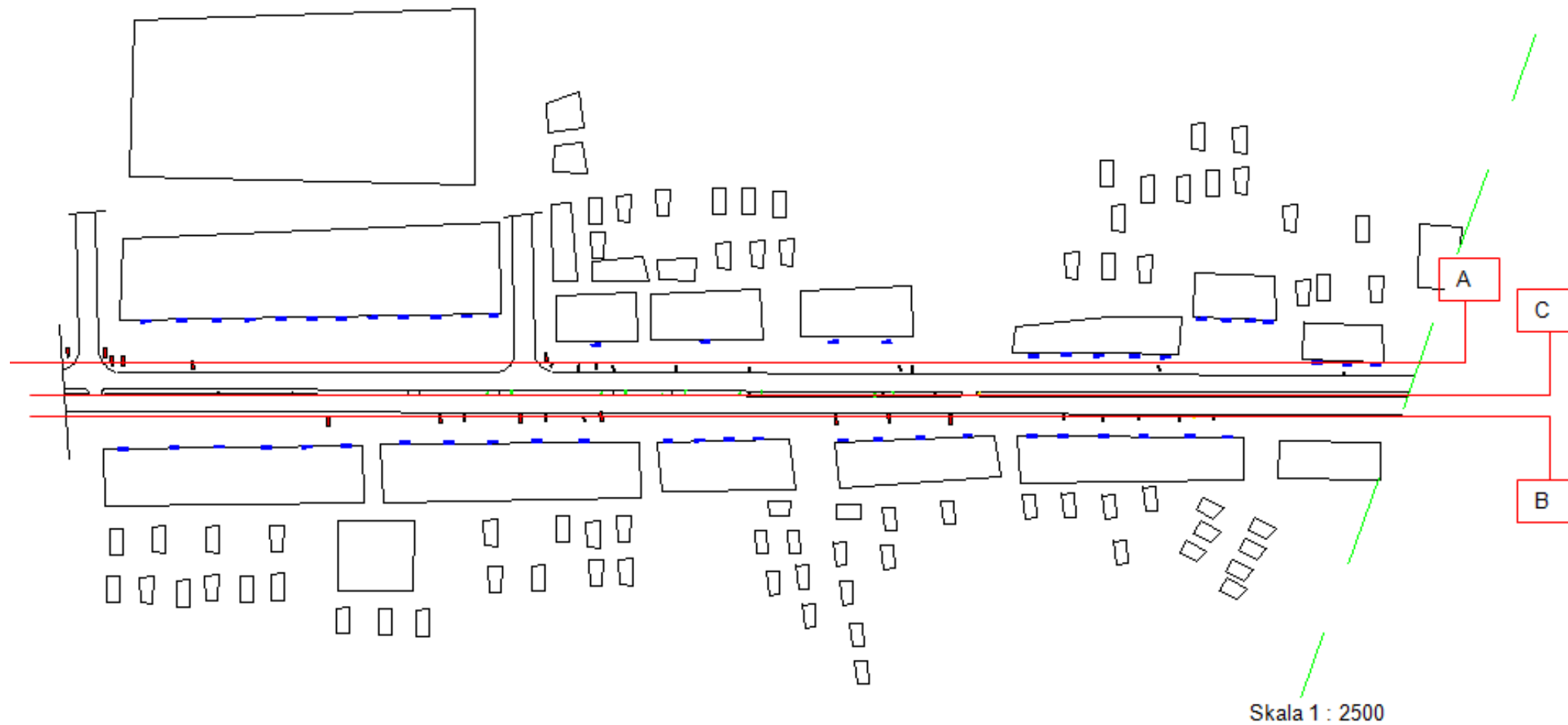
Gambar 5.64 : Tampak A (Bagian 2)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Tampak B



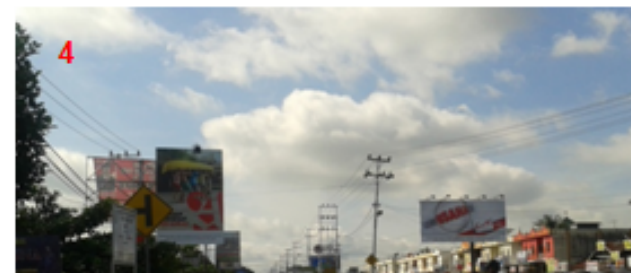
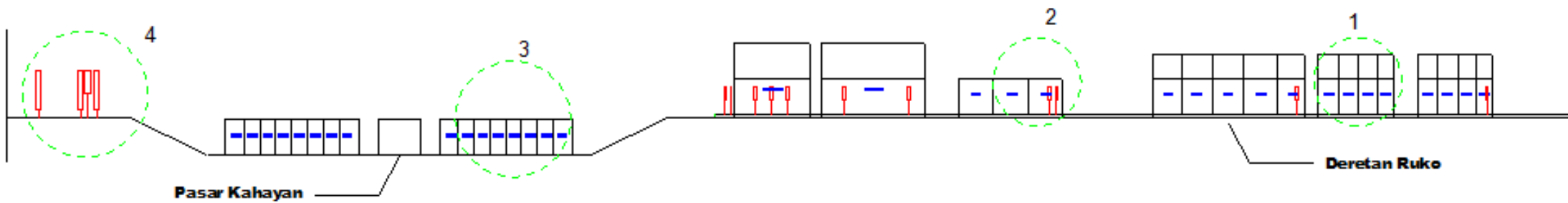
Gambar 5.65 : Tampak B (Bagian 2)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

c. Bagian 3



Gambar 5.66 : Pembagian Signage Bagian 3
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Tampak A



Gambar 5.67 : Tampak A (Bagian 3)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Tampak B

1

2

3

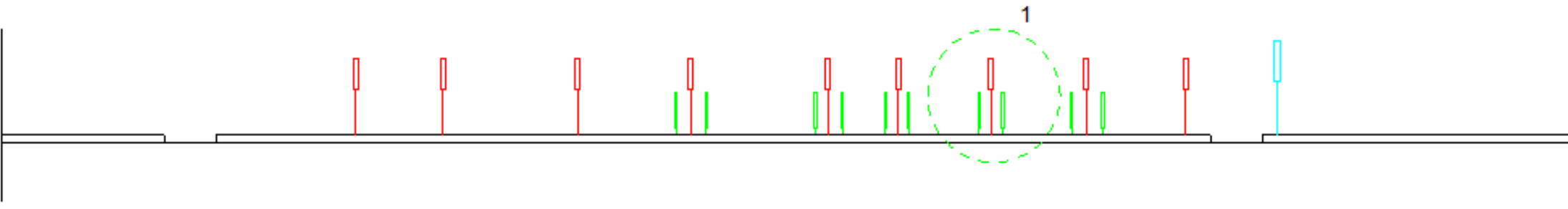
Deretan Ruko



Gambar 5.68 : Tampak B (Bagian 3)

Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

Tampak C



Gambar 5.69 : Tampak C (Bagian 3)
Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2014

5. 9. Pemaknaan Hasil temuan

Pemaknaan dilakukan dengan tujuan mencari kebenaran .Dalam konteks ilmu pengetahuan kebenaran yang dicari berupa kebenaran ilmiah, sebab kebenaran ilmiah inilah yang membangun ilmu pengetahuan. Kebenaran ilmiah yang ingin dicapai melalui upaya memberikan makna terhadap berbagai realitas sosial, dilakukan dalam metodologi penelitian.

Pemaknaan menurut Muhadjir (1999) yaitu kemampuan mencari arti dibalik yang tersurat, yang tersurat mungkin empirik sensual, dicari makna logik atau etikanya. Sedangkan menurut Haryadi (1995) pemaknaan merupakan upaya untuk mendeskripsikan sebuah kejadian dengan memasukan unsur subyektivitas peneliti. Dapat disimpulkan pemaknaan ini adalah deskripsi yang dimaksudkan agar lebih memahami bagaimana persepsi masyarakat terhadap keberadaan tanda-tanda (*signage*) pada jalan Tjilik Riwut Palangka Raya dengan memasukan unsur subyektivitas peneliti.

Pemaknaan hasil temuan penelitian ini di susun dengan mengacu kepada temuan-temuan penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Adapun pemaknaan hasil temuan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

a. Persepsi Masyarakat Terhadap Keberadaan *Sigange*

Dalam kaitannya dengan keberadaan tanda-tanda, terdapat beberapa faktor yang dapat digunakan dalam mengkaji keberadaan

tanda-tanda secara persepsi masyarakat, dengan faktor : keindahan, keselamatan, dan efektivitas (Shirvani, 1985). Pada hasil penelitian faktor yang dominan dirasakan oleh responden mengenai keberadaan tanda-tanda (*signage*) adalah faktor keselamatan sedangkan yang tidak dominan faktor efektivitas dan keindahan.

Menurut Shirvani (1985), **keindahan** dalam penataan *signage* dapat menjadi elemen visual yang penting bagi suatu kawasan. Oleh sebab itu diperlukan karakter tertentu dalam perencanaan penataan *signage* untuk meningkatkan estetika suatu kawasan. Namun pada koridor jalan Tjilik Riwut, keindahan dirasakan kurang dominan karena kehadiran *signage* pada jalan Tjilik Riwut terlihat kurang rapi, penempatan *signage* yang kurang harmonis dengan lingkungan sekitar serta penyebaran *signage* yang tidak merata dalam hal ini yang lebih dominan *signage* pada zona advertensi dimana kawasan ini banyak deretan ruko yang berfungsi sebagai bangunan komersil.

Kemudian Shirvani (1985), **keselamatan** dalam penataan *signage* sangatlah penting karena ini berhubungan dengan penempatan tanda-tanda sehingga menimbulkan rasa aman dan nyaman bagi masyarakat yang melewati lingkungan tersebut dimana penempatan tanda-tanda (*signage*) dibagi kedalam tiga zona yaitu zona pendestrian, zona lalu lintas, dan zona advertensi.

Dimana pada jalan Tjilik Riwut untuk penataan *signage* ke 3 zona tersebut dirasa tidak mengganggu kenyamanan dari masyarakat yang melewati jalan Tjilik Riwut dan memiliki konstruksi yang aman sehingga masyarakat tidak merasa takut akibat keberadaan tanda-tanda tersebut.

Selanjutnya Shirvani (1985), **efektivitas** yang dimaksud adalah *signage* harus diatur supaya harmonis antara *signage* lainnya agar tidak terjadi kesemrawutan dan persaingan antara *signage*. Pada penelitian ini didapat bahwa keberadaan *signage* pada jalan Tjilik Riwut dirasa masih kurang efektif dimana pada titik-titik tertentu terjadi penumpukan *signage* sehingga masyarakat tidak mendapat informasi yang disampaikan dari *signage* tersebut. Dimana *signage* pada zona pedestrian maupun advertensi paling banyak ditemui *signage* sehingga pada satu titik terjadinya tumpang tindih antara satu *signage* dengan *signage* lainnya.

Pada dasarnya *signage* dapat meningkatkan kualitas lingkungan suatu kawasan, apabila dituntut karakteristik *signage* sebagai berikut, (Shirvani, 1985):

- Penggunaan *signage* harus dapat merefleksikan karakter suatu tempat.
- Jarak *sign* satu dengan lainnya harus memadai dan menghindari kepadatan dan ketidakteraturan visual.

- Penggunaan *sign* harus harmonis dengan bangunan Arsitektur dimana *sign* tersebut berada.
- Larangan untuk papan iklan yang besar dan mendominasi visual sehingga menimbulkan pengaruh visual yang negatif.
- Kualitas rancangan dan ukuran advertasi pribadi harus diatur untuk membentuk kesesuaian, serta mengurangi persaingan antar sesama iklan.

Namun tidak hal nya yang terjadi pada koridor jalan Tjilik Riwut Palangka Raya. Dimana dapat dilihat dari bentuk, ukuran, maupun penataan jarak, *sigange* di jalan Tjilik Riwut masih belum terlihat memiliki karakteristik ataupun konsep yang dapat meningkatkan kualitas lingkungan suatu kawasan, dimana semua ini diakibatkan karena:

- Masih terdapat kepentingan pribadi yang hanya memikirkan diri sendiri tanpa mempedulikan lingkungan sekitar,
- Kurang tegasnya pemerintah dalam menindak lanjuti oknum-oknum tersebut serta pemerintah tidak memiliki *master plan/grand design* tentang *signage* yang mengatur zona pembagian dalam penataan *signage* di kawasan tersebut.
- Pada kawasan tersebut berkembang sebagai kawasan perdagangan dan jasa sehingga terjadi persaingan pasar. Keberadaan *signage* ini dapat menumpuk pada titik-titik tertentu terutama pada tempat yang di anggap strategis.